الإتصال

المهارات والنظريات وأسس عامة

الدكتورة
خضرة عمر المفلح

دار الحامد



عمان - الأردن

هاتف 5231081 فاكس 0096265235594

ص.ب 366 الرمز 11941

E-mail: dar_alhamed@hotmail.com

E-mail: Daralhamed@yahoo.com



الرياض

هاتف: [illegible] فاكس: [illegible]

ص.ب 366 الرمز 11941

E-mail: [illegible]@hotmail.com

E-mail: [illegible]@yahoo.com



الاتصال

المهارات والنظريات

وأسس عامة

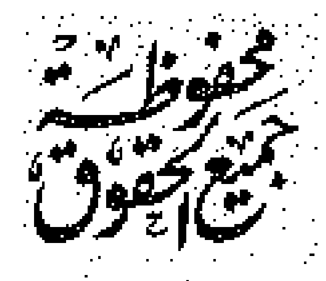
الاتصال

المهارات والنظريات وأسس عامة

الدكتورة

خضرة عمر المفلح





رقم التصنيف : 302.2

المؤلف ومن هو في حكمه : خضرة عمر المفلح.

عنوان الكتاب : الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة.

رقم الإيداع : 2014/8/3640

الواصفات : الاتصال// الاتصال الجماهيري.

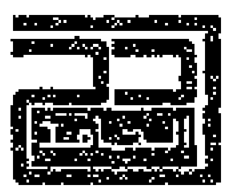
بيانات الناشر : عمان - دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع

يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى.

(ردمك) ISBN 978-9957-32-874-0

تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية.

الطبعة الأولى 2015-1436هـ



دار الحامد للنشر والتوزيع

الأردن - عمان - شفا بدران - شارع العرب مقابل جامعة العلوم التطبيقية

هاتف: 6 5231081 962+ فاكس: 6 5235594 962+

ص.ب (366) الرمز البريدي (11941) عمان - الأردن

www.daralhamed.net

E-mail : daralhamed@yahoo.com



﴿وَقُل رَّبِّ زِدْنِي عِلْمًا ﴿١١٤﴾﴾

[طه:114]



المحتويات

المقدمة

بات علم الاتصال من العلوم المتطورة التي تواكب التكنولوجيا الحديثة بجميع مجالاتها.

وتعتبر النظريات الاتصالية من المواضيع الهامة والشائكة والمعقدة في مجال الاعلام والتربية والعلوم المرتبطة بها،ولان دراسة نظريات الاتصال وضعت لتوسس العلم الاتصالي وضعنا هذا الكتاب بين يدي القارئ الكريم.

ويبحث هذا الكتاب الاسس المنهجية لمفهوم الاتصال، وتطوره واهميته، والعناصر المرتبطة به ومكونات العملية الاتصالية وكانت الاهداف الاساسية لوضع هذا الكتاب للقارئ كمايلي:

- معرفة مفهوم الاتصال والعملية الاتصالية وعلاقتها بالعملية التعليمية
- معرفة تاثير وسائل الاتصال الجماهيري في المجتمع
- معرفة وفهم نماذج الاتصال المختلفة فوائدها وانواعها
- التعرف التام على النظريات المفسرة للاتصال
- معرفة اهم النظريات في هذا المجال من حيث الاسس والاطر العامة.

ان هذا الكتاب وضعه الكاتب بعد بحث وتقصي للواقع العام للاتصال بجميع اشكاله وانواعه والله من وراء القصد.

الفَصْلُ الأَوَّلُ

الاتصال عناصره وأنواعه

الفصل الأول

الاتصال عناصره وانواعه

الاتصال

يمكن القول بوجود مدخلين لتعريف الاتصال:

- المدخل الاول: ينظر الى الاتصال على انه عملية يقوم بها طرف مرسل بإرسال رسالة الى طرف مقابل، بما يؤدي الى اثر معين.

ويهدف الى تعريف المراحل التي يمر بها الاتصال ويدرسها على حدة، وأهدافها وتأثيرها على عملية الاتصال ككل. وعرف الباحثون الاتصال كعملية يتم من خلالها نقل معلومات او افكار معينة من المرسل الى المستقبل بشكل هادف، ومن ابرز نماذج هذه التعريفات:

1. الاتصال بأنه العملية التي يتم من خلالها نقل وسائل معينة من مرسل الى مستقبل.
2. الاتصال الجماهيري وهو الاتصال للذي يتم بين اكثر من شخصين ويقوم بها المؤسسات أو الهيئات.
3. الاتصال هو انتقال للمعلومات والأفكار والاتجاهات والعواطف من شخص لأخر من جماعه الى جماعه.
4. الاتصال عملية تعدد الوسائل والهدف الذي يتصل او يرتبط بالآخرين ويكون ضروريا اعتباره تطبيقا لثلاث عناصر وهي العملية والوسيلة والهدف.
5. الاتصال عملية تفاعل بين طرين خلال رسالة او فكرة او خبرة عبر قنوات اتصالية تتناسب مع مضمون الرسالة.

- المدخل الثاني: يرى ان الاتصال يقوم على تبادل المعاني الموجودة ألرسائل، من خلال تفاعل افراد الثقافات المختلفة، وذالك لتوصيل ألمعنى وفهم الرسالة.

وهو أيضاً تعريف بنائي أو تركيبي حيث يركز على العناصر المكونة للمعني، والتي تنقسم الى ثلاث مجموعات:

1. قارئ الموضوع الخبرة الثقافية والاجتماعية.
2. الموضوع وإشارتة ورموزه.
3. الوعي بوجود واقع خارجي يرجع إلية الموضوع.

وينظر إلى الاتصال على أنه عملية التبادل معاني وعلى أنه عملية تتم من خلال الاتكاء على وسيط لغوي، والمرسل والمستقبل يشتركان في إطار دلالي وأنه أيضاً عملية تفاعل رمزي ومن النماذج الاتصال:

1. الاتصال تفاعل بالرموز اللفظية بين طرفين المرسل والمستقبل.
2. الاتصال عملية يتم من خلالها تحقيق معاني مشتركة متطابقة بين الشخص القائم بالمبادرة والشخص الذي يستقبلها.

التعريف التالي قد يكون الاقرب لوجهة النظر المتعددة سابقا وهو ان الاتصال عملية يقوم بمقتضاها ما بين مرسل ومستقبل ورسالة في مضامين اجتماعية، ومن خلالها يتم نقل افكار ومعلومات ومنبهات بين الافراد عن قضية او معنى مجرد أو واقع معين، وهو ايضا عملية مشاركة بين المرسل والمستقبل وليس عملية نقل لذ ان النقل ينتهي عند النبع أما المشاركة فتعني الازدواج أو التوحد في الوجود وهذا هو اقرب الى العملية الاتصالية.

من التعريفات السابقة للاتصال، يلاحظ عدم اتفاق الباحثين على تعريف موحد للاتصال، ويعود ذلك إلى تعدد العلوم الانسانية وهذا لا يشير إلى خلل بل إلى

ثراء في المعنى، وتعريف الاتصال لم يعد يقتصر على أنه نشاط إنساني يمكن أن يتوقف بتحقيق الهدف بل هو اتصال إنساني يتسم بالاستمرارية.

الاتصالات تبادل المعلومات، أو توفير التسلية عن طريق الكلام أو الكتابة أو أية وسائل أخرى، وربّما كانت أهم أنواع الاتصالات هي الاتصالات الشخصية التي تحدث عندما يُعبِّر الناس عن أفكارهم ورغباتهم بعضهم لبعض. ويتصل الناس بعضهم ببعض من خلال طرق عديدة، ومن ذلك: الكلام، وتحريك أياديهم، وحتى تعبيرات وجوههم .ويستخدم الناس المكالمات الهاتفية، والخطابات للاتصالات الشخصية. ولولا الاتصالات الشخصية، لَما عرف الآباء احتياجات أبنائهم، ولما استطاع المدرسون مساعدة تلاميذهم على التعلم، ولما استطاع الأصدقاء التنسيق مع أصدقائهم، ولما استطاع الناس المشاركة في المعرفة، ولكان ضروريًا أن يتعلم كل شخص كل شيء بنفسه، ولما أمكن للبشر في أغلب الحالات أن يحيوا لفترة طويلة بإذن الله.

ويتم نوعٌ آخر مهم من الاتصالات، عندما تُبعث الرسائل إلى جمهور كبير. ويُسَمى هذا النوع الاتصال الجماهيري .وتعد الكتب إحدى أقدم وسائل الاتصال الجماهيرية، كما يعد التلفاز واحدًا من أحدثها. وتعتبر الجرائد والمذياع وسائل أخرى يمكن عن طريقها إرسال المعلومات إلى العديد من الناس. وكما أن البشر تصعب عليهم الحياة بدون الاتصالات الشخصية، فكذلك الدول لاتستطيع الاستمرار في الوجود بغير وسائل الاتصالات العامة. فأخبار نتائج الانتخابات، أو أخبار الزلازل، أو الأحداث المهمة الأخرى يمكنها أن تنتشر وتصل إلى أعداد هائلة من الناس في دقائق من خلال وسائل الاتصالات العامة.

مفهوم الاتصال الجماهيري: حينما نذكر الاتصال اجماهيري سيخطر على بالنا لأول وهلة وسائل الإعلام الجديدة من مذياع و تلفيزيون ووسائل الاعلام الجديد أيضاً وقد أصبحت جماهيرية الإستخدام. مصطلح الاتصال الجماهيري

يحتوي على متغيرين أساسيين – الاتصال، الجمهور حيث أنها أصبحت تختلف عن الاتصال العادي اختلافاً تاماً فالاتصال الجماهيري نوع خاص من الاتصال ينطوي على اشتراطات مميزة في الأداء أو لها طبيعة الجمهور ثم تجربة الاتصال ثم صاحب الاتصال. بعد ذلك لنسهب قليلاً في مفهوم الجماهير وهو المتغير الثاني وقد بدأ بالظهور مع ظهور وسائل الإعلام الحديثة أما كلمة (جمهور – جماهير) اصطلاحا فتعود للجذر اللغوي (جمهر). ومن وجهة نظر كاتب آخر أنها عملية تتسم باستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية ويمتاز أيضاً في قدرته على توصيل الرسالة أياً كان محتواها إلى أكبر قدر من الناس باختلاف شرائح المجتمع .وفي وسائل الاعلام نسمع أو نقرأ عبارات كثيرة تشير إلى ذلك: تدفق الجماهير المشجعين للفريق... فرقت الشرطة جماهيراً من المواطنين جاءت للاحتجاج... ازدحم الشارع بجماهير وفيرة بسبب عطلة العيد. إذاً تعريفنا للاتصال الجماهيري هو انه الاتصال الموجه نحو جماهير كبيرة نسبياً، مختلفة الثقافات، متعددة الانتماءات، ومجهولة الاسم والهوية.

الاتصال الجماهيري كغيره من أنماط الاتصال فهو يمر بعدة مراحل:1-القائمون بالاتصال: هم الذين يعملون على تشكيل ومحتوى للوسائل الاتصال ولتحقيق أهداف محددة. 2- الرسالة: التي يتم نقلها عبر وسائل الاتصال الجماهيري المتعارف عليها. 3- الجماهير:هي الفئة مهما اختلف نوعها أو عددها والتي يتم نقل الرسالة الاعلامية إليها. 4- التأثير: النتيجة التي تظهر من خلال نقل للرسالة ويعكس مدى تأثير وسائل الاتصال وأهدافها. خصائصه: كون الاتصال الجماهيري يؤثر على الأفراد والمجتمعات بصورة مباشرة وغير مباشرة فإن من أهم خصائصه، اعتماده على التكنولوجيا الحديثة والعديد من وسائط النقل، وعادةً ما يتسم هذا النوع من الاتصال بالعمومية، يعمل الاتصال الجماهيري على تقديم معاني مشتركة لملايين الناس كما يعيبها أن رجع الصدى يكون متأخراً بعكس جميع وسائل الاتصال الأخرى.

صعوبات ومعوقات إعداد نماذج الاتصال: تواجه الباحثين عدة صعوبات عند وضع نماذج لعملية الاتصال وأهمها: أ- تجمد عملية الاتصال: يضطر القائم بالاتصال الى تجميد عملية الاتصال لكي يدرس عناصرها ومكوناتها، فعند تجميد الواقع في صورة او تجميد العملية في نموذج قد ينسى العلاقات بين العناصر ويتم تجميد التفاعل وديناميكية الأحداث فعند وصف عملية الاتصال في نموذج ما، فإننا لا نذكر جميع العناصر بل نذكر العناصر التي نشعر بأهميتها فقط ب- أغفال بعض العناصر الهامة او ترتيب العناصر ترتيبا لا يتفق مع الواقع :الصعوبة الثانية في بناء النماذج هو ان العنصر التي يتكون منه للنموذج قد يتم تحديده بشكل غير دقيق او ان العلاقات التي تفترض وجودها قد لا تنطبق على العلاقات بين احداث الواقع. ج- استخدام اللغة: تستخدم اللغة في الوصف، الا ان اللغة هي عملية تتغير من وقت لاخر. كذلك تتقدر وتفقد صفتها او خاصيتها كعملية حينما نسجلها او نكتبها، فالإشارات او الكتابات على الورق هي تسجيل للغة او صورة للغة وهي علامات ثابتة. كذلك تعتبر اللغة المنطوقة خلال فترة قصيرة ثابتة الى حد ما. كما توافق عالم الاتصال ديوتش مع بيرلو في وظائف النماذج الاتصالية على النحو التالي: 1- الوظيفة التنظيمية. 2- الوظيفية الموجهة. 3- الوظيفية القياسية. 4- تنظيم المعلومات وتشجيع القيام بالابحاث والتنبؤ والسيطرة على الظواهر او التحكم بها.

ومن المفاهيم المرتبطة والمشابهة لمفهوم الاتصال:

يعود أصل كلمة COMMUNICATION في اللغات الأوروبية- والتي اقتبست أو ترجمت إلى اللغات الأخرى وشاعت في العالم- إلى جذور الكلمة اللاتينية COMMUNIS التي تعني "الشيء المشترك"، ومن هذه الكلمة اشتقت كلمة COMMUNE التي كانت تعني في القرنين العاشر والحادي عشر "الجماعة المدنية" بعد انتزاع الحق في الإدارة الذاتية للجماعات في كل من فرنسا وإيطاليا، قبل أن تكتسب الكلمة المغزى السياسي والأيديولوجي فيما عرف بـــ "كومونة

باريس" في القرن الثامن عشر؛ أما الفعل اللاتيني لجذر الكلمة COMMUNICARE COMMON فمعناه "يذيع أو يشيع" ومن هذا الفعل اشتق من اللاتينية والفرنسية نعت COMMUNIQUE الذي يعني "بلاغ رسمي" أو بيان أو توضيح حكومي.

ويمكن وصف الاتصال بأنه سر استمرار الحياة على الأرض وتطورها، بل أن بعض الباحثين يرى (أن الاتصال هو الحياة نفسها)، وعلى الرغم من أن الجنس البشرى لا ينفرد وحده بهذه الظاهرة، حيث توجد أنواع عديدة من الاتصال بين الكائنات الحية، بيد أن الاتصال بين البشر شهد تنوعاً في أساليبه، وتطوراً مذهلا في المراحل التاريخية المتأخرة.

ومع تعدد التعريفات التي وضعت من قبل الباحثين لمفهوم الاتصال (Communication) فأننا يمكن أن نعتمد تعريفا مبسطا وشاملا للاتصال هو: (أن الاتصال عملية يتم بمقتضاها تفاعل بين مرسل ومستقبل ورسالة في مضامين اجتماعية معينة، وفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات ومنبهات بين الأفراد عن قضية، أو معنى مجرد أو واقع معين).

والاتصال عملية مشاركة (Participation) بين المرسل والمستقبل، وليس عملية نقل (Transmision) إذ أن النقل يعني الانتهاء عند المنبع،أما المشاركة فتعني الازدواج أو التوحد في الوجود، وهذا هو الأقرب إلى العملية الاتصالية، ولذا فأنه يمكن الاتفاق على أن الاتصال هو عملية مشاركة في الأفكار والمعلومات، عن طريق عمليات إرسال وبث للمعنى، وتوجيه وتسيير له، ثم استقبال بكفاءة معينة، لخلق استجابة معينة في وسط لجتماعي معين.وتتفق أغلب الدراسات التي تناولت هذا الموضوع، منذ ما يزيد على نصف قرن، وحتى الوقت الراهن، على تقسيم الاتصال إلى أنواع أو نماذج عدة، من أبرزها:

الاتصال الذاتي والاتصال الشخصي والاتصال الجمعي والاتصال الجماهيري (الإعلامي)، وهذا النوع الأخير من الاتصال، وبشكله العصري التقني يتجاوز اللقاء

المباشرة، والتفاعل الاجتماعي وجها لوجه، وذلك باستخدام وسائل تقنية معقدة باهظة التكاليف، كالطباعة والإذاعة المسموعة والتلفزيون والسينما فضلا عن منظومة الاتصالات والمعلومات عبر الأقمار الاصطناعية وشبكة الإنترنيت.

وقد تعددت المفاهيم التي طرحت لتحديد معنى الاتصال بتعدد المدارس العلمية والفكرية للباحثين في هذا المجال، وبتعدد الزوايا والجوانب التي يأخذها هؤلاء الباحثون في الاعتبار، عند النظر إلى هذه العملية، فعلى المستوى العلمي البحثي يمكن القول بوجود مدخلين لتعريف الاتصال:

المدخل الأول:

ينظر إلى الاتصال على أنه عملية يقوم فيها طرف أول (مرسل) بإرسال رسالة إلى طرف مقابل (مستقبل) بما يؤدي إلى أحداث اثر معين على متلقي الرسالة.

المدخل الثاني:

يرى أن الاتصال يقوم على تبادل المعاني الموجودة في الرسائل، والتي من خلالها يتفاعل الأفراد من ذوي الثقافات المختلفة، وذلك من أجل إتاحة الفرصة لتوصيل المعنى، وفهم الرسالة.

والمدخل الأول يهدف إلى تعريف المراحل التي يمر بها الاتصال، ويدرس كل مرحلة على حدة، وهدفها وتأثيرها على عملية الاتصال ككل.

أما التعريف الثاني فهو تعريف بناءي أو تركيبي، حيث يركز على العناصر الرئيسية المكونة للمعنى، والتي تنقسم بدورها إلى ثلاث مجموعات رئيسية:

أ- الموضوع: إشارته ورموزه.

ب-قارىء الموضوع والخبرة الثقافية والاجتماعية التي كونته، والإشارات والرموز التي يستخدمها.

ث-الوعي بوجود واقع خارجي يرجع إليه الموضوع.

وفي ضوء المدخل الأول عرف بعض الباحثين الاتصال بالنظر إليه كعملية يتم من خلالها نقل معلومات أو أفكار معينة بشكل تفاعل من مرسل إلى مستقبل بشكل هادف، ومن نماذج هذه التعريفات:

1- الاتصال هو العملية التي يتم من خلالها نقل رسالة معينة أو مجموعة من الرسائل من مرسل أو مصدر معين إلى مستقبل، أما الاتصال الجماهيري فهو ذلك النمط من الاتصال الذي يتم بين أكثر من شخصين لإتمام العملية الاتصالية، والتي غالبا ما تقوم بها المؤسسات أو الهيئات عن طريق رسائل جماهيرية.
2- الاتصال هو نقل أو انتقال للمعلومات والأفكار والاتجاهات أو العواطف من شخص أو جماعة لآخر أو لآخرين، من خلال رموز معينة.
3- الاتصال يعرف على أنه عملية تحدد الوسائل والهدف الذي يتصل أو يرتبط بالآخرين، ويكون من الضروري اعتباره تطبيقا لثلاثة عناصر: العملية-الوسيلة-الهدف.
4- الاتصال عملية تفاعل بين طرفين من خلال رسالة معينة، فكرة، أو خبرة، أو أي مضمون اتصالي آخر عبر قنوات اتصالية ينبغي أن تتناسب مع مضمون الرسالة بصورة توضح تفاعلا مشتركا فيما بينهما .

وفي ضوء المدخل الثاني الذي ينظر إلى الاتصال على أنه عملية تبادل معاني يعرف بعض الباحثين الاتصال كعملية تتم من خلال الاتكاء على وسيط لغوي، حيث أن كلاً من المرسل والمستقبل يشتركان في إطار دلالي واحد، بحيث ينظر إلى الاتصال هنا على أنه عملية تفاعل رمزي، ومن نماذج هذه التعريفات :

1- الاتصال تفاعل بالرموز اللفظية بين طرفين: أحدهما مرسل يبدأ الحوار، وما لم يكمل المستقبل الحوار، لا يتحقق الاتصال، ويقتصر الأمر على

توجيه الآراء أو المعلومات، من جانب واحد فقط دون معرفة نوع الاستجابة أو التأثير الذي حدث عند المستقبل .

2- الاتصال عملية يتم من خلالها تحقيق معاني مشتركة (متطابقة) بين الشخص الذي يقوم بالمبادرة بإصدار الرسالة من جانب، والشخص الذي يستقبلها من جانب آخر .

تعريف الإعلام :

الإعلام جزء من الاتصال، فالاتصال أعم وأشمل، ويمكن تعريف الإعلام بأنه :تلك العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة المخبر الصحفي بمعلومات ذات أهمية، أي معلومات جديرة بالنشر والنقل، ثم تتوالى مراحلها: تجميع المعلومات من مصادرها، ثم نقلها، والتعاطي معها وتحريرها، ثم نشرها وإطلاقها أو إرسالها عبر صحيفة أو وكالة أو إذاعة أو محطة تلفزة إلى طرف معني بها ومهتم بوثائقها .

إذن لابد من وجود شخص أو هيئة أو فئة أو جمهور يهتم بالمعلومات فيمنحها أهمية على أهميتها، ويكون الإعلام عن تلك العملية الإعلامية التي تتم بين ميدان المعلومات وبين ميدان نشرها أو بثها .

خصائص وسمات عملية الاتصال:

- الاتصال عملية هادفة.
- الاتصال عملية ديناميكية.
- الاتصال عملية منظمة.
- الاتصال عملية دائرية.
- الاتصال عملية متنوعة.

الاتصال عملية هادفة:

يرمي الاتصال إلى تحقيق هدف محدد: وهو إرسال المعلومات والبيانات (أو نقل فكرة أو الترفية أو التعليم) وفهمها من الطرف الآخر وبذلك يتطلب مجموعة

من الإجراءات والخطوات المرتبطة بعضها ببعض مثل تصميم الرسالة، وإرسالها، والإشراف على وصولها، واستقبال الرد.

الاتصال عملية ديناميكية:

تتضمن عملية الاتصال تفاعلا بين المرسل والمستقبل، الأول يؤثر والآخر يتأثر ولا تتوقف عملية الاتصال عن هذا الحد بل قد يتبادل الطرفان الأدوار بينهما وبذلك فإن عملية الاتصال متغيرة من حيث الزمان والمكان، أي أن عملية الاتصال عملية ديناميكية وليست استاتيكية ومثال ذلك ما يحدث في الفصل الدراسي بين المعلم وتلاميذه.

الاتصال عملية منظمة:

تتصف عملية الاتصال بأنها منظمة فهي باعتبارها عملية تعليم تعتبر بالضرورة عملية مقصودة يتم تخطيطها وتصميمها وتنفيذها وإدارتها بصورة منظمة لإحداث التعلم، ومن جانب آخر يقوم كل عنصر من عناصر عملية الاتصال بأدوار محددة، فالمرسل مثلا يقوم بعملية ترميز الرسالة، والمستقبل عليه فك رموز للرسالة أي ترجمتها وتفسيرها.

الاتصال عملية دائرية:

عملية الاتصال ليست عملية خطية تسير في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل وتتوقف عند ذلك الحد ولكنها عملية دائرية تبدأ بالمرسل لنقل رسالة إلى المستقبل حيث يكون له رد فعل عن طريق التغذية الراجعة فيستقبل المرسل الرسالة ليبدأ نشاطا جديدا لتحقيق هدف آخر أو يعدل في رسالته الأولى إذا لم يتحقق الهدف منها وهكذا تستمر عملية الاتصال.

الاتصال عملية متنوعة:

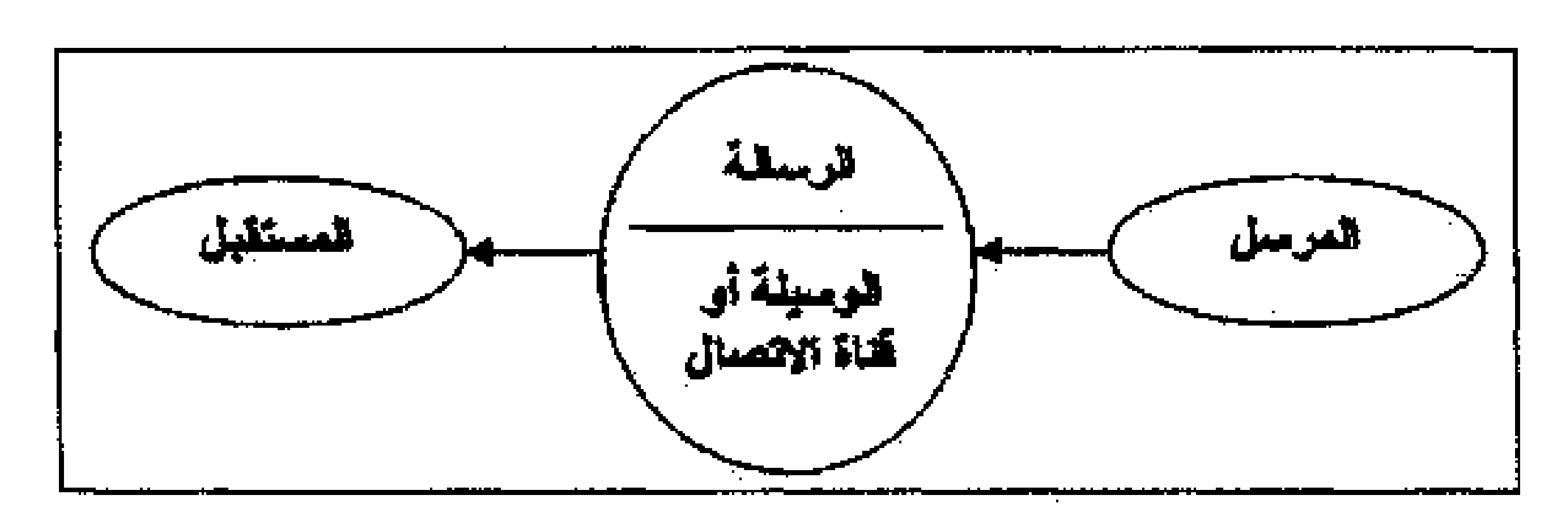
يمتاز الاتصال الإنساني بأنه عملية اجتماعية لا تتوقف عند استخدام اللغة اللفظية: الشفهية أو التحريرية فقط بل يتم أيضا استخدام اللغة غير اللفظية، كالإشارات والحركات والإيماءات.

عناصر عملية الاتصال:

تعددت النماذج أو المخططات التي وضعها علماء الاتصال والتي توضح عناصر عملية الاتصال. وبتحليل بعض هذه النماذج وجدنا أن معظم عناصرها مشتركة في الموقف الاتصالي، ويمكن تلخيص عناصر عملية الاتصال وفقاً للمواقف التعليمية في النموذجين التاليين:

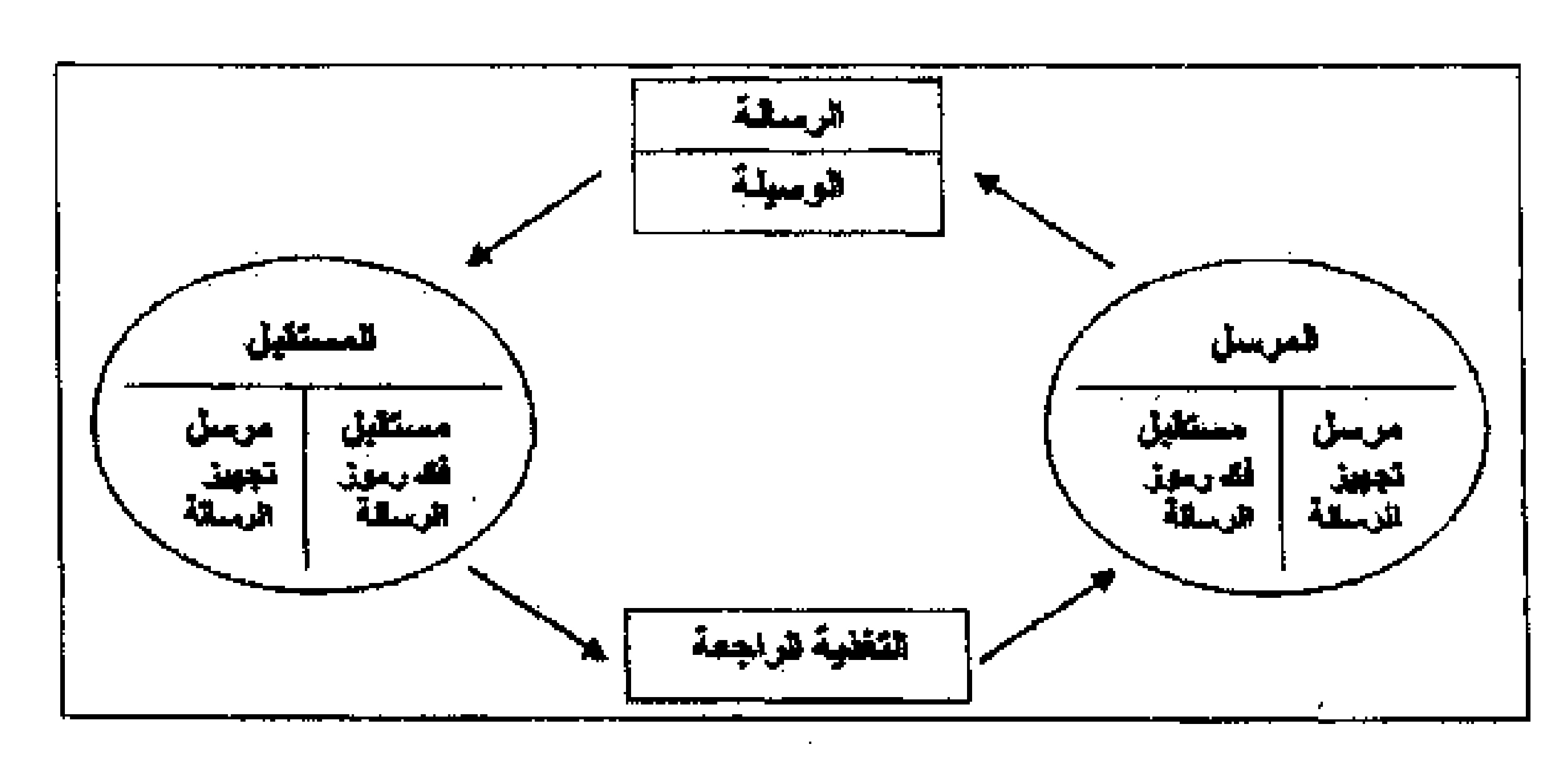
نموذج الاتصال التعليمي التقليدي:

وتتضح مكوناته أو عناصره من خلال الشكل التالي:



نموذج الاتصال التعليمي الحديث:

ويتكون من العناصر الموضحة في الشكل التالي:



وفقاً للنموذجين السابقين التقليدي والحديث، تتكون عملية الاتصال التعليمي من عناصر أساسية مشتركة (المرسل والمستقبل والرسالة وقناة الاتصال)، ولكن يمتاز نموذج الاتصال الحديث بوجود عنصر خامس هو التغذية الراجعة، وفيما يلي تفصيل للعناصر الأساسية لعملية الاتصال كما يلي:

- المرسل * الرسالة * الوسيلة * المستقبل * التغذية الراجعة

المرسل (Sender/ Encoder/ Source)

هو العنصر الأول من عناصر عملية الاتصال وهو مصدر الرسالة التي يترتب عليها التفاعل في موقف الاتصال. والمعلم في الموقف التعليمي هو الذي يقوم بصياغة الرسالة أي وضعها في صورة ألفاظ أو رسوم أو رموز بغرض الوصول إلى هدف محدد. وقد يكون المرسل شخصاً واحداً أو مجموعة من الأشخاص وقد يكون آلة تعليمية.

ويجب أن تتوفر في المرسل (المعلم) مجموعة من الصفات والخصائص أو الشروط:

أن يكون المرسل:

- متمكناً من تخصصه العلمي.
- قادراً على التعبير الجيد عن رسالته أمام تلاميذه مع وضوح صوته.
- ملماً بأنواع قنوات الاتصال.
- ملماً بخصائص من يتعامل معهم من حيث العمر الزمني والمستوى الاجتماعي والثقافي والاقتصادي.
- قادراً على تحديد الهدف أو الأهداف من رسالته.
- قادراً على تصميم وبناء مواقف تعليمية اتصالية جديدة.
- قادراً على الاستجابة والرد على أسئلة التلاميذ.
- مرناً في التعامل مع تلاميذه.

- قادراً على التعامل بود ولطف مع تلاميذه.
- قادراً على الاستخدام الجيد للغة اللفظية واللغة غير اللفظية.
- قادراً على إيصال رسالته بطرق وأساليب متنوعة ومناسبة.
- ملماً بمهارات الاتصال المختلفة.
- قادراً على إثارة دافعية التلاميذ للتعلم.
- قادراً على إدارة الموقف التعليمي الاتصالي إدارة فاعلة
- قادراً على التعديل في رسالته أو في عملية الاتصال بناءً على التغذية الراجعة.

الرسالة (Message):

هي المحتوى أي المعلومات والمفاهيم والمهارات والقيم التي يُريد المرسل إرسالها إلى المستقبلين لتعديل سلوكهم، ويقوم المرسل بصياغتها باللغة اللفظية أو غير اللفظية أو بمزيج من اللغتين وفقاً لطبيعة محتوى الرسالة وطبيعة المستقبلين، وهي الهدف من عملية الاتصال. وتمر الرسالة بمرحلتين: المرحلة الأولى: وهي مرحلة تصميم الرسالة. المرحلة الثانية: هي مرحلة إرسال الرسالة أي تنفيذها وقد يتم التعديل في الرسالة المصممة وفقاً للموقف الاتصالي. وتوجد مجموعة من النقاط أو الشروط التي يجب أن يراعيها المرسل أو المعلم أثناء إعداده وإرساله للرسالة:

- أن يكون محتوى الرسالة مناسباً لميول وحاجات وقدرات التلاميذ ومستواهم المعرفي والثقافي.
- أن يكون محتوى الرسالة صحيحاً علمياً وخالياً من التكرار والتعقيد.
- أن تكون لغة الرسالة واضحة وبسيطة.
- أن تكون الرسالة جذابة ومثيرة لانتباه وتفكير التلاميذ.
- أن يعرضها المعلم بطريقة شائقة وغير تقليدية.

- أن يلجأ المعلم إلى الإطناب أثناء تنفيذ الرسالة وهو إعادة جزء أو بعض أجزاء الرسالة بطريقة مختلفة وجديدة.
- أن يختار المعلم الوقت والمكان المناسبين للتلاميذ لاستقبال الرسالة.
- أن تسمح للتلاميذ بالمشاركة الفعالة.

قناة الاتصال أو الوسيلة (Communication Channel / Media)

وهي الأداة التي تحمل الرسالة من المرسل إلى المستقبل، ومن أمثلة قنوات الاتصال التي تستخدم في مواقف الاتصال التعليمي: الكتب، المجلات، الصحف، التلفزيون، الراديو، الحديث الشفهي، الحاسوب، الإنترنت. وتتكون قناة الاتصال من أكثر من أداة اتصال: فمثلاً في الموقف الاتصالي التعليمي عندما يشرح المعلم الدرس، يعتبر الجهاز الصوتي للمعلم هو الأداة الأولى، ثم الهواء الذي يحمل الرسالة الأداة الثانية ثم الجهاز السمعي للمستقبل هو الأداة الثالثة. وتعتبر الحواس الخمس هي القنوات الناقلة للرسالة في عملية الاتصال. وتلعب الأجهزة دوراً في عملية الاتصال حيث تزيد من سعة الحواس، فعن طريقها يستطيع الإنسان الاتصال من بعد كالرؤية من بعد والسماع من بعد، مثل التليفون والتلفاز. ومن العسير فصل قناة الاتصال عن لغة الاتصال، فلا توجد لغة بدون أداة، فبدون الجهاز الصوتي لا يمكن للإنسان أن يخرج لغة لفظية تفهم، بل إن أي عطب في جزء من هذا الجهاز يشكل صعوبة في إلقاء الرسالة كسقوط سنة من الأسنان فالعلاقة تكاملية بين اللغة والأداة وغير قابلة للفصل. واللغات هي مزيج من تفاعل بين الأفكار وأدوات نقلها.

ومن العوامل التي قد تؤثر سلباً في الأدوات التي تنقل الرسالة، عملية التشويش *(Noise)* فلا تصل الرسالة واضحة، فمرور القطار بجوار المدرسة قد يؤثر على الاستماع الجيد للتلاميذ، كما أن بعض المعلومات التي تحمل تفاصيل غير ضرورية يمكن أن تحدث تشويشاً للرسالة. ويجب أن تتوفر في الوسيلة بعض الصفات أو الخصائص التي تحكم جودتها ومناسبتها للموقف التعليمي ومنها:

- أن تكون الوسيلة التعليمية نابعة من المنهج الدراسي وتؤدي إلى تحقيق الهدف منها كتقديم المعلومات أو بعض المهارات.
- أن تشوق المعلم وترغبه في الإطلاع والبحث والاستقصاء وتساعده على استنباط خبرات جديدة.
- أن تربط الخبرات السابقة بالخبرات الجديدة.
- أن تجمع بين الدقة العلمية والجمال الفني مع المحافظة على وظيفة الوسيلة.
- أن تكون رخيصة التكاليف متينة الصنع.
- أن تكون الوسيلة مناسبة ليستفاد منها في أكثر من مستوى.
- أن يتناسب حجمها أو مساحتها أو صوتها وعدد الدارسين.
- أن تتناسب الوسيلة والتطوير التكنولوجي والعلمي للمجتمع.
- أن تكون الوسيلة واقعية أو قريبة من الواقع.

المستقبل (Receiver/ Decoder/ Destination):

وهو العنصر الرابع من عناصر الاتصال، وهو الشخص أو مجموعة الأشخاص التي تتلقى الرسالة، ودور المستقبل هو فك رموز الرسالة ومحاولة فهم محتواها والتأثر بها، فهو أساس تصميم الرسالة فكل عناصر عملية الاتصال تعمل من أجل المستقبل (التلميذ).

ويجب أن تتوفر لدى المستقبل بعض النقاط أو الشروط الهامة:

- تأهب المستقبل واستعداده لاستقبال الرسالة.
- امتلاكه الخبرة اللازمة للاستقبال الجيد للرسالة.
- القدرة على الإنصات الجيد للآخرين.
- القدرة على تبادل الأدوار مع مرسل الرسالة.
- القدرة على التفكير الناقد والابتكار.
- شعوره بأهمية الرسالة.

- تمكنه من اللغة اللفظية (شفهية وتحريرية) وغير اللفظية (إشارات وحركات...) بالقدر الذي يمكنه من استقبال الرسالة.

هذه هي الأربعة عناصر الرئيسية في عملية الاتصال في كلا النموذجين التقليدي والحديث (مع ملاحظة اختلاف طبيعة الأدوار في كلا النموذجين أي أن دور المرسل مثلاً في النموذج التقليدي يختلف عن دور نظيره في النموذج الحديث)، فإذا توقفت عملية الاتصال عند هذا الحد – أي اقتصر استقبال المستقبل للرسالة دون رد فعل منه فإنها تمثل النموذج التقليدي للاتصال والذي يقتصر على قيام المعلم بالشرح والإلقاء والتلقين والتكرار وقيام التلميذ بالاستماع والإنصات والخضوع والحفظ والاستظهار بدون أي مناقشات أو حوارات بينه وبين المعلم فبذلك تسير عملية الاتصال في اتجاه خطي وتنتهي عند استقبال التلميذ للرسالة ولا يهتم المعلم بحدوث أثر أو تعديل في سلوك التلميذ من خلال تلك العملية.

التغذية الراجعة (Feedback):

وهي رد فعل المستقبل على الرسالة وفي هذه الحالة يصبح مرسلاً وتكتمل دائرة الاتصال الأولى، وتفتح دائرة الاتصال الثانية وهكذا، والتغذية الراجعة قد تكون إيجابية (الموافقة والقبول مثل إجابتك صحيحة، برافو، تحريك الرأس من اليمين إلى اليسار...) وبالتالي تمثل التغذية الراجعة التفاعل والاستمرارية بين عناصر الاتصال، وتجعل عملية الاتصال دائرية حيوية ومستمرة مما يؤكد على أهمية تطبيق النموذج الحديث للاتصال التعليمي في فصولنا وقاعاتنا الدراسية بمراحلها المختلفة.

وللتغذية الراجعة فائدة كبيرة في الموقف التواصلي:

- تمكن المعلم من معرفة تأثير رسالته على تلاميذه من خلال استجاباتهم المختلفة.

- تؤكد على أن عملية الاتصال هي عملية تبادل للأدوار فمن كان مرسلاً يصبح بعد ذلك مستقبلاً ومن هو مستقبلاً يصبح بعد قليل مرسلاً وبالتالي تتحقق عملية التفاعل الإيجابي بين المعلم والتلميذ.

أنواع الاتصال:

أولا: نوع الاتصال من حيث اللغة المستخدمة

1- اتصال لفظي:

ويدخل ضمن هذا التقسيم كل أنواع الاتصال التى يدخل فيها اللفظ أو الكلمة كوسيلة للاتصال، أو لنقل رسالة من المرسل للمستقبل، ولا يجب أن ننسى أن الاتصال اللفظى يجمع بجانب الالفاظ المنطوقة الرموز الصوتية، فعبارة " أهلا وسهلا " قد تقال بنبرة صوت تحملها دلالات مختلفة عن معناها الأصلي

2- الاتصال غير اللفظي:

ويدخل ضمن هذا التقسيم كل أنواع الاتصال التي تعتمد على اللغة غير اللفظيه، مثل:

- لغة الإشارة: وهى تتكون من مجموعة الإشارات البسيطة او المعقدة التى يستخدمها الإنسان للإتصال بغيره.
- لغة الحركة والأفعال: وتتضمن جميع الحركات التى ننقل بها معان أو مشاعر، لمستقبل الرسالة.
- لغة الأشياء: مثل ارتداء الملابس السوداء ودلالتها، أو وضع أدوات من عصر معين فوق المسرح؛ لتوحى للمشاهد بزمن المسرحية.

ثانيا: نوع الاتصال من حيث حجم المشاركين في العملية الاتصالية:

1- الاتصال الذاتي:

وهو الاتصال الذى يحدث داخل الفرد، أو بين الفرد ونفسه.. أى أنه الاتصال الذى يحدث داخل عقل الفرد ويتضمن أفكاره وتجاربه ومدركاته.

2- الاتصال الشخصي:

وهو الاتصال المباشر، أو الاتصال المواجهي، حيث يمكن فيه أن نستخدم حواسنا الخمس، ويتيح هذا الاتصال التفاعل بين شخصين أو أكثر، في موضوع مشترك، ويتيح أيضا فرصة التعرف السريع والمباشر على تأثير الرسالة، مما يتيح فرصة أمام القائم بالاتصال لتعديل رسالته، لتصبح أكثر فاعلية وتأثير.

3- الاتصال الجمعي:

وهو يحدث بين مجموعة من الأفراد مثل أفراد الأسرة زملاء الدراسة أو العمل، حيث يتاح المشاركة للجميع فى الموقف الاتصالى.

4- الاتصال العام:

ويعنى وجود الرد مع مجموعة كبيرة من الأفراد، كما هو الحال فى الندوات والمحاضرات والمسارح.

5- الاتصال الجماهيري:

وهو عملية الاتصال التى تتم عن طريق استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية، وهو يتميز بقدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متسابين الاتجاهات والمستويات، ولافراد غير معروفين للقائم بالاتصال، تصلهم الرسالة فى نفس اللحظة، وبسرعة فائقة، مع مقدرة على خلق رأى عام.

6- الاتصال الوسطي:

وهو يحتل مكانا وسطا بين الاتصال المواجهى، والاتصال الجماهيرى، وهو يشمل الاتصال السلكى من نقطة إلى أخرى، مثل الهاتف والتلكس....

أهداف عملية الاتصال:

- إن الغرض الأساسي من عملية الاتصال، هو إحداث تغيير في البيئة، أو في الآخرين. فالمرسل يقصد من إرساله التأثير في مستقبل معين (محدد)، لذلك يجب التمييز بين مستقبل مقصود، وأخر غير مقصود، في عملية الاتصال،

إذا يجب أن تصل الرسالة إلي الطرف المقصود، وليس غيره حتى تؤدي الرسالة غرضها..

- وتهدف أيضاء إلي إحداث تفاعل بين المرُسل والمستقبل من حيث الاشتراك بفكرة، أو مفهوم، أو رأي، أو عمل ..
- تهدف إلي أن يؤثر أحد طرفي الاتصال في الطرف الأخر، بحيث يؤدي هذا التأثير إلي إحداث تغيير إيجابي في سلوك المتعلم أو المتدرب. لذا فعملية التعليم والتعلم هي عملية اتصال، وتبادل للمعلومات بين الموجه والطلائع عن طريق استخدام الألفاظ، والرسوم، والصور والأفلام، والمجسمات، والأجهزة، والآلات والمواد... إلي غير ذلك.

أهمية الاتصال:

1- يمكن للاتصال فتح المجال للاحتكاك البشري، وفتح الفرصة للتفكير والإطلاع والحوار وتبادل المعلومات في شتي المجالات والميادين.
2- يتيح الاتصال الفرصة لتعرف آراء الآخرين وأفكارهم عن طريق الحركة التي يحدثها علي شكل حوار ونقاش بين طرفين من الناس أو مجموعة مع أخري. كما أن الاتصال يفسح لكل فرد المجال للمشاركة في الحوار والنقاش، مما يساعده علي تكوين شخصيته المستقلة والناضجة في المجتمع .
3- يساعد الاتصال الأفراد والمجتمعات علي نقل الثقافات والعادات والتقاليد واللغات من وإلي المجتمعات الأخرى.
4- يستخدم الاتصال من خلال وسائله الجماهيرية المتعددة التأثير كوسيلة إعلان ناجحة.
5- تلعب وسائل الاتصال المختلفة دوراً هاماً في عملية الإنماء، حيث يعد الإنماء حركة تغيير وتطوير للمجتمع في حقل معين يصب في قنوات التنمية الشاملة.

6- تلعب وسائل الاتصال المتقدمة في العصر الحاضر دوراً بارزاً في تطوير الأنظمة التربوية، وبخاصة في مجال التعليم عن بعد، وتحقيق ما يسمى الجامعة المفتوحة.

أشكال الاتصال:

يأخذ الاتصال أشكالاً متعددة، منها:

1- الاتصال الأعلى (الروحاني): وهو اتصال المخلوق بالخالق، ويتم هذا الاتصال بطريقة غير مباشرة من خلال العبادة، والتأمل، والدعاء.

2- الاتصال الذاتي: وهو الاتصال الذي يتم بين الفرد وذاته. أي عن طريق الاتصال الداخلي مع الذات (الأنا، والأنا الأعلى، الهو). ويشمل العمليات العقلية الإدراكية الداخلية، كالتفكير، والتخيل والتصور. وكل فرد يمر بهذه العملية عندما يكون بصدد الإعلان عن رأي، أو اتخاذ قرار ما أو اتجاه معين.

3- الاتصال الشخصي (الفردي): وهو الاتصال الذي يتم بين شخصين، أو فردين وهو من أكثر أنواع الاتصال شيوعاً وهو نوعان:

أ- مباشر: ويتم مواجهة حيث أن المرسِل والمُستقبل، يكونان في المكان نفسه، والاتصال يتم وجهاً لوجه حيث إن المرسل يحصل على رد فعل مباشر من المستقبل. ويمكن أن يصبح مستقبلاً، ويعود ويصبح مرسلاً.

ب- غير مباشر: ويتم عن طريق واسطة ما كالهاتف، أو المراسلة، أو التخاطب بالحاسوب. وفي هذا النوع لا يكون هناك مواجهة بين المرسل والمستقبل والتغذية الراجعة تكاد تكون معدومة، وإذا ما حدثت تحدث في وقت متأخر.

4- الاتصال الجماعي: وهو اتصال يتم ما بين شخص، وعدد من الأشخاص المتواجدين في المكان نفسه، وعادة ما يوجد تعارف بين المرسل ومجموعة

للمستقبلين (أي أن المجموعة المستهدفة معروفة من قبل المرسل والمرسل معروف للمستقبلين).

5- الاتصال الجماهيري: وهو اتصال يتم ما بين شخص، وعدة مئات، أو آلاف، أو ملايين من البشر، لا يتواجدون في المكان نفسه، ويكون المرسل معروفاً لدي المستقبلين، بينما المرسل لا يعرف المستقبلين، كما يحدث في وسائل الإعلام، مثل التلفاز، والمذياع، والصحافة. هذا، ويكمنه الاتصال باتجاه واحد فقط (من المرسل إلي المستقبلين)، ولا يحدث العكس ورد الفعل غير معروف بالنسبة للمرسل.

الشروط الواجب توافرها في المستقبل:

- الراحة الجسمية والنفسية.
- شعور المستقبل بأهمية الرسالة وما تحمله من خبرات، أو معلومات، أو أفكار.
- أن تكون لدي المستقبل اتجاهات إيجابية نحو نفسه، ونحو المرسل.

وبصورة عامة يعتد نجاح الرسالة علي كون المستقبل إيجابياً، وفعالاً في أثناء نقل الرسالة.

ومن اهداف الاتصال الاداري والتربوي:

يتمثل الهدف الأساسي للاتصال الإداري في نقل المعنى، فالإنسان ينشغل طول حياته في محاولة فهم الأخرين، وإتاحة المجال أمام الآخرين لفهمه، وتتأثر طبيعة الإنسان والاتجاهات التي يكونها والآراء التي يعبر عنها ونجاحه وفشله في الحياة بمدى براعته في فن الاتصال، ومعني ذلك أن الفشل في توجيه الحياة من خلال عملية الاتصال الإداري لا يؤدي إلي إخفاق في نوع ملائم من التكيف الاجتماعي فحسب، بل ربما يصاحبه تفكك في الشخصية كما أن الاتصالات ظاهرة إجتماعية ضرورية حيث لا يستطيع أي فرد أن يعيش بمعزل عن الآخرين، والاتصالات أيضاً عملية معقدة حيث أنها تزاول بمعرفة أفراد يصعب التنبؤ

بسلوكياتهم نظراً لما يتصفون به من اختلاف وتباين في الشخصية والسلوك والدوافع والاستعداد والتعليم والقيم والمعتقدات والإدراكات والأفكار والآراء.

ولخصت (عماد الدين) أهداف الاتصال الإداري في المؤسسة التربوية على النحو التالي:

1- تسهيل عملية صنع القرارات في المؤسسة التربوية وضمان تنفيذها، فالاتصال هو الإطار العملي لعمليات صنع القرارات التي لا يمكنها أن تتم دون توافر معلومات تساعد على تشخيص المشكلة، ورجوع البيانات حولها، لاتخاذ القرار الأنسب، ومن ثم إيصال القرار ونقله للفئات المعنية.
2- توعية أفراد المؤسسة التربوية وإعلامهم بكل ما يتعلق بغاياتها، وخططها، وأهدافها، وبرامجها، وفعالياتها، ومخرجاتها، ونواتجها، إضافة إلى تعريفهم بمسؤولياتهم وصلاحياتهم والتزامهم وحقوقهم وامتيازاتهم ضمن إطار العمل المؤسسي.
3- تحقيق التفاعل الإيجابي بين المستويات الوظيفية كافة في المؤسسة التربوية، بما فيها الإدارة العليا وصانعي القرار، والإدارة الوسطى، والإدارة التنفيذية، والعاملين في مختلف أنحاء المؤسسة.
4- تعريف المديرين بمستويات الإنجاز والنتائج المتحققة وتسهيل متابعتها، ومقارنتها.
5- تمكين العاملين في المؤسسة التربوية من التعبير عن مشاعرهم وحاجاتهم ومقترحاتهم وردود أفعالهم، تجاه ما يجري في مؤسستهم، ومدى رضاهم عن سير العمل والعلاقات داخلها.
6- توفير إطار علمي يحقق التفاعل الإيجابي البناء بين المؤسسة التربوية وبيئتها، مما يحسن مواقف جمهور المستفيدين، ويطور اتجاهاتهم، ويعزز دعمهم وتقديرهم لها.

ويضيف (الجيوسي وجاد الله) أهداف الاتصال الإداري على الصعيد الوظيفي الإداري فيما يلي:

1- نقل المعلومات والتأكد من تحقيق التعاون بين الأفراد.
2- قيادة وتوجه الأفراد والتنسيق بين جهودهم وحفزهم للعمل.
3- تحقيق التفاهم بين الإدارة والعاملين وبين أعضاء الإدارة العليا.
4- إقامة الثقة والاحترام والتفاهم بين المنظمة والمجتمع.
5- تهيئة المناخ التنظيمي الجيد لتحقيق الرضا في العمل ورفع الروح المعنوية.
6- إتخاذ القرارات اللازمة.
7- شرح أهداف وخطط المنظمة للعاملين.
8- تغيير اتجاهات وآراء الأفراد نحو العمل.
9- نقل اقتراحات وشكاوي العاملين إلى الإدارة العليا.
10- الاستشارة ومناقشة المشاكل.
11- يستخدم كوسائل حفز من الإطراء والتأنيب.

العوامل التي يتوقف عليها نجاح عملية الاتصال:

يتوقف نجاح علمية الاتصال على عدة عوامل أهمها ما يلي:

1- لغة التخاطب بين المرسل والمستقبل:

والمقصود هنا اللغة التي يتحدث بها المرسل مع المستقبل، واللغات عدة منها العربية والإنجليزية والفرنسية فإذا كانت اللغة برموزها ودلالاتها ومفاهيمها واضحة ومفهومة للطرفين كان ذلك عاملاً مساعداً في نجاح عملية الاتصال والعكس بالعكس.

هب أنك علمت أن خبيرا سيلقى محاضرة عن موضوع أنت تحبه وذهبت لمكان المحاضرة وجاء الخبير إلا أنه تحدث باللغة الفرنسية وانت لا تعلم

شيئاً عن هذه اللغة أو معرفتك ضعيفة بها فهل ستفهم تلك المحاضرة بوجه كامل... الإجابة بالنفي.

وإذا كان المعلم يستخدم مصطلحات ورموز لا يعلمها التلميذ ولا سيعرف عنها شيئاً أو إذا كانت التراكيب اللغوية والتشبيهات والصور البلاغية التي يستخدمها المعلم لا يعرف عنها التلميذ شيئاً فإنه من الصعب أن يفهم ما يقدمه المعلم.

وهب أنك ذهبت إلى المكتبة واستعرت كتاباً في الفلسفة وذهبت إلى منزلك لقراءته فوجدت المؤلف استخدم لغة ومصطلحات ومعان وأفكار لا تعلم عنها شيئاً فهل ستستوعب ما في الكتاب وهي ستخرج من قراءته بفهم كامل.. الإجابة بالنفي.

ولذا فنحن نوصي كل معلم باستخدام اللغة و المصطلحات التي يتجاوب معها التلاميذ ويستطيعون فهما واستيعابها.

2- المستوى الثقافي والعلمي للمرسل والمستقبل:

لكل فرد منا مستوى ثقافي وعلمي معين فإذا تقارب ذلك المستوى بين المرسل والمستقبل فإن ذلك عاملاً مفيداً في تقارب التفاهم بين الطرفين والعكس بالعكس.

هب أن أستاذاً بالجامعة يتحدث عن قوانين الحركة أو نظرية الضوء أو نظرية فيثاغورث أو النظرية السلوكية في علم النفس، وكان من بين الحضور رجلاً أمياً فهل يفهم الأمي النظرية وهل سينجح معه عملية الاتصال... الإجابة بالنفي.

وهب لنا أنك تستمع في التليفزيون إلى عالم يتحدث عن الهندسة الوراثية فوائدها وعيوبها فهل يفهم غير المتعلم تلك الرسالة بشكل جيد؟ أجب أنت؟

3- توافر مهارات معينة لدى كل من المرسل والمستقبل:

الواجب أن تتوافر لدى المرسل (المعلم مثلاً) مهارة التحــدث والكتابــة أو مهارة الفك والتركيب أو مهارة إجراء التجارب أو مهارة استخدام آلة معينة بما يساعد على توصيل رسالته بصورة جيدة، كما يجب أن تتــوافر لــدى المستقبل مهارات مثل القراءة والكتابة والإستماع والمهارات الأدائية ويلزم توافر تلك المهارات من الطرفين معاً فإذا أتقن المعلم مهاراته فقد التلميــذ تلك المهارات فلا جدوى من عملية الاتصال.

انظر مثلا للمعلم الذي يبذل قصارى جهده في الشرح والتوضيح وضــرب الأمثلة والمناقشة وإجراء التجارب بينما التلميذ منصرفا عنه وغير مهتم بما يحدث من المعلم... هل سيستفيد ذلك التلميذ شيئاً...

أجب أنت؟

4- جودة أداة النقل:

يقصد بأداة النقل الوسيلة التي تستعمل لنقل الرســالة مــن المرســل إلــى المستقبل فإذا كانت الأداة جيدة وسليمة وليس بها أعطال كان ذلك عــاملاً من عوامل نجاح الاتصال.

وسنعطى مثالا على ذلك:

هب أنك تريد إرسال رسالة تليفونية إلى أخيك الذي سكن في مدينة بعيــدة وحينما جئت لتستخدم التليفون سمعت منه صفيرا وأزيزا وأصواتا غريبــة فهل ستصل الرسالة بصورة جيدة... أجب أنت.

وهب أن المعلم أراد أن يستخدم الراديو لنقل رسالة للتلاميذ فأحضر إليــه العامل جهاز قديماً وعندما قام المعلم باستعماله فوجيء بتــداخل محطــات الإرسال وسمع منه صفيراً متواصلاً بل سمع تداخل الصوت والصفير كما

فوجيء بذهاب الإرسال وعودته مرة بعد الأخرى فهل ستصل الرسالة بصورة جيدة للتلاميذ. ..الإجابة بالنفي.

ولذا فنحن نوصي كل معلم بالتدقيق جيداً في اختيار أداة لنقل الرسالة لتكون عاملاً مساعداً لا معوقاً في إنجاح عملية الاتصال.

5- تنوع وسائل الاتصال:

من العوامل التي تساعد على نجاح عملية الاتصال تنوع وسائل الاتصال أي الواجب ألا تستخدم قناة اتصال واحد طوال الوقت لأن النوع مثير ويؤدى إلى جذب انتباه التلاميذ باستمرار فالمعلم الذي يستخدم الكلام طوال الحصة يصاب تلاميذه بالملل والفتور ولذا عليه أن ينوع في استخدامه للوسائل فتارة يستخدم الإلقاء وتارة يستخدم المناقشة وتارة يسأل التلاميذ وتارة يعرض وسيلة تعليمية وتارة يقوم هو بأداء العمل وتارة يكلف تلاميذه بعمل ما وهكذا باستمرار.

6- ألا يظل المرسل مرسلاً والمستقبل مستقبلاً طوال الوقت:

من المهم تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل فمرة يكون المرسل مستقبلاً ومرة يكون مستقبلاً وكذلك المستقبل يستقبل تارة ويرسل الأخرى فالمعلم تارة يقدم المادة التعليمية وتارة يتلقى استفسارات تلاميذه، وهكذا باستمرا. ومن حق المعلم أن يدلى برأيه ومن حق التلميذ ذلك أيضاً ومن حق المعلم أن يسأل التلاميذ ومن حق التلاميذ أن يسألوه أيضاً.

وعلينا أن نعي جيداً أن تبادل الأدوار يساعد في نجاح عملية الاتصال، فهل ذلك يحدث في فصولنا الدراسية.. أجب عن ذلك.

7- توافر اتجاهات إيجابية في موقف الاتصال:

يلزم لنجاح عملية الاتصال توافر عدة اتجاهات موجبة مثل:

أ- اتجاه إيجابي من المرسل نحو المستقبل: وهذا يعني حب المعلم للمتعلم وتقبله أياه والاهتمام به وعدم تعاليه على تلاميذه وسعادته بهم وتفاعله معهم، ومساعدتهم في حل مشكلاتهم.

ب- اتجاه إيجابي من المستقبل نحو المرسل: وهذا الأمر مكمل للأمر السابق لأن عدم قابلية التلاميذ للمعلم وكراهيتهم له ونفورهم منه وعدم احترامهم له يؤدى إلى عدم فهمهم وعدم تقبلهم للرسالة. وعلى المعلم الجيد أن يحرص على حب تلاميذه له وتعلقهم به وانتظارهم لدروسه بفارغ الصبر.

ج- اتجاه المرسل والمستقبل نحو الرسالة: فالمعلم حين يكون مؤمناً بقيمة الرسالة التي يقدمها للتلاميذ مؤمناً بهدفها وفائدتها وأهميتها فإنه يتحمس لها وينفعل بها ويبذل قصارى جهده من أجل توصيلها إلى التلاميذ وهذا بعكس المعلم الذي ليست لديه قناعة بما يقوم بتدريسه وكذلك التلميذ إذا كان مقتنعاً بما يدرس وبفائدته فإنه يقبل على الدراسة بتحمس وانفعال وشغف وحب.

وهنا نؤكد على دور المعلم في تحبيب تلاميذه لما يدرسونه وأن يحاول جاهداً ترغيبهم وتشويقهم للدراسة مستخدماً ما يلزم من وسائل وإجراءات وطرق.

العوامل المؤثرة في عملية الاتصال:

تخضع عملية الاتصال لعوامل عدة، وهذه العوامل إما أن تزيد من كفاءة عملية الاتصال أو تقلل من تلك الكفاءة ومن هذه العوامل ما يلي:

1. التشويش/ الضجيج Noise

وهو من أهم العوامل المؤثرة في مدى وضوح الرسالة المنقولة من المصدر، ومدى استيعابها من قبل المستقبل كما في الشكل. وقد يأخذ أشكالاً عديدة إلا أنه ينقسم إلى قسمين رئيسين هما:

(أ) التشويش الداخلي.

(ب) التشويش الخارجي.

(أ) التشويش الداخلي:

وهذا يشمل العوامل الفسيولوجية والنفسية للشخص المتلقي للرسالة، فوجود عوائق فسيولوجية قد تحد من دقة الاستقبال للرسالة، وبالتالي فهمها من قبل المستقبل. ومن هذه العوائق ضعف النظر أو السمع، وانخفاض درجة الذكاء IQ والآلام والجوع والعطش وما إلى ذلك من العوامل العضوية. أما العوامل النفسية فهي كذلك تلعب دوراً مهماً في درجة تفهم الرسالة المنقولة، فالشرود الذهني، والمشاكل الاجتماعية، والشعور بالملل، والخوف، والقلق، هي من بعض العوامل النفسية التي تحد من درجة بلوغ هدف الرسالة الرئيس وتفهمه.

(ب) التشويش الخارجي:

ويشمل جميع العوامل الخارجية التي تقلق الشخص المتلقي للرسالة مثل: الأصوات المزعجة، ودرجة الحرارة والرطوبة، وضعف الإضاءة أو شدتها، والقاعة، والمقاعد، والبعد أو القرب من مصدر الرسالة، والوقت الذي ترسل فيه الرسالة، كل هذه العوامل تقلل من مدى تفهم الشخص لغرض الرسالة وهدفها المعني بالرسالة.

2. الدقة في نقل الرسالة Fidelity

عند إعداد الرسالة يجب أن يراعي تحري الدقة في نقل المعلومات وتدوينها، وحتى إرسالها إلى المستقبل، فتسلسل الأفكار وتدعيمها بالأمثلة والبراهين، وربط المفهوم بالواقع في شرح الموضوعات، وتبسيط الحقائق العلمية، عوامل مهمة في تقريب المعلومات إلى ذهن متلقيها، وبالتالي تصل إلى الهدف المنشود من نقل الرسالة. وكما أسلفنا قد لا تكون الرسالة المنقولة ألفاظاً، بل قد تكون رموزاً، أو شواخص إرشادية، أو تحذيرية، مثل لوحات الإرشاد المروري أو التحذير من خطر

التدخين، أو إشارات ضوئية مثل إشارات المرور بألوانها الثلاثة المتفق عليها. آنذاك يستلزم إعداد هذه الشواخص والرموز إعداداً جيداً، وطالما أن المعلومات المستخدمة في هذه الحالة مستقاة من مصادر موثوقه تعتبر بحد ذاتها المصدر الرئيسي للمعلومات المرسلة. فمثلاً الإشارات المرورية الضوئية تعطي معلومات مصدرها الأساسي هو إدارة المرور. ولوحات ممنوع التدخين في قاعة الدراسة، والممرات في الكلية، هي معلومات وتحذيرات مصدرها إدارة الجامعة. وتفسير جميع هذه المعلومات أو الاستجابة لها من قبل المستقبل يكون تفسيراً حسياً، في الوقت الذي يكون إعدادها قد تم بأسلوب حركي حسي، إلا أن بعض الاستجابات للمعلومات المرسلة قد تكون حركية، وذلك عندما تأخذ عملية الاتصال الأسلوب الديناميكي المرتد.

3. مهارات الاتصال Communication Skills

إن مهارات الاتصال إلى جانب أنها موهبة، فإنها كذلك مهارة مكتسبة، تلعب العوامل الثقافية والاجتماعية دوراً مهماً في درجة اكتساب الفرد لها، فكم من متحدث أو خطيب أكتظ مجلسه بالمستمعين، وآخر أخذ مستمعوه بالتناقص قبل أن ينتهي من حديثه.

ومهارات الاتصال لا تكمن في الحركات واختلاف نبرات الصوت، والتشديد على النقاط المهمة فحسب، بل بربط الحديث بواقع الحياة اليومية، واستخدام الجمل الإخبارية إلى جانب الجمل الاستفهامية، كل ذلك مهارات يتمتع بها بعض المعلمين، وحرم منها آخرون، وهي ما يجب أن يتحلى بها المعلم، فكلما نجح في إتقان هذه المهارات كانت درجة الاستجابة لدى الطلاب أكبر، وذلك لتوافر عنصر التشويق والانتباه. إن استخدام الوسائل التعليمية ساعد في تقريب الفجوات الناتجة عن الفروق الفردية بين المعلمين، فكانت العلاج الملائم لهذه المشكلة.

معوقات الاتصال:

يحتاج الاتصال في المواقف التعليمية داخل الفصل الدراسي أو خارجه إلى تهيئة الجو المناسب لانتقال الرسالة من المعلم إلى المتعلم ورد فعل المتعلم حتى يؤدي إلى وضوح وسهولة الرسالة، ولذلك من الضروري مراجعة ووضع حلول مناسبة لبعض العوائق التي قد تؤدي إلى فشل إتمام عملية الاتصال بفاعلية، ومن أهم هذه العوائق:

1- استخدام المعلم الطريقة التقليدية:

يعتمد عدد غير قليل من المعلمين على الطريقة اللفظية في عرض المادة العلمية (محتوى الرسالة) فيقوم المعلم بالإلقاء والتلقين اعتمادا على استخدام الرموز والألفاظ الجافة والمجردة مع عدم استخدام اللغة غير اللفظية لتسهيل فهم هذه المعاني من قبل التلاميذ، كل هذا يدفع التلاميذ إلى الانصراف عن الموقف التعليمي والشعور بعد الدافعية، وعدم الإحساس بأهمية وقيمة ما يتم تعلمه.. فما العمل؟

2- عدم مراعاة الفروق الفردية بين التلاميذ:

قيام المعلم بالإلقاء اللفظي لمحتوى الرسالة وبطريقة واحدة، يجعل عددا كبيرا من التلاميذ لا يستطيعوا فهم ومتابعة هذه الرسالة، ومن جانب أخر قد تكون هذه الرسالة بعيدة عن خبرات التلاميذ وكذلك ما يقدمه المعلم من أمثلة قد تبتعد عن واقع التلاميذ، فيعتبر ذلك عائقا عن إتمام عملية الاتصال.. فما العمل؟

3- شرود ذهن التلاميذ:

نتيجة للفظية الزائدة من قبل المعلم، وعدم استخدامه للوسائل التعليمية والخبرات التعليمية المباشرة، وعدم استعداد التلاميذ لاستقبال الرسالة، ومعرفتهم السابقة بالرسالة أو المرسل، يؤدي ذلك إلى شرود ذهن التلاميذ وعدم الانتباه والتركيز في الموقف التعليمي وفقد الثقة بالمعلم.. فما العمل؟

4- الظروف الفيزيقية للفصل الدراسي:

إن وجود أعداد كبيرة من التلاميذ في فصول صغيرة الحجم وعلى مقاعد غير مريحة، وعدم الرؤية الواضحة للسبورة، وارتفاع السبورة ومكانها غير المناسبين، وسوء التهوية وعدم تنظيم البيئة الصفية يترتب عليه عدم نجاح عملية الاتصال التعليمي.. فما العمل؟

5- عدم كفاية المعلم الأكاديمية في أداء وظيفته:

إن عدم إلمام المعلم بتخصصه إلماما جيدا يؤدي إلى صعوبة توصيل الرسالة إلى تلاميذه وفقد الثقة به.. فما العمل؟

6- عدم كفاية المعلم المهنية في أداء وظيفته:

إن عدم قدرة المعلم على إدارة الصف والتحكم في تلاميذه، وانخفاض صوت المعلم، وعدم وضوح نبرات الصوت، وعدم القدرة على الاستخدام الجيد للسبورة، وعدم القدرة على التحدث بلباقة ووضوح، وعدم الكتابة الصحيحة يترتب عليه فشل عملية الاتصال بينه وبين تلاميذه.. فما العمل؟

7- وجود بعض الإعاقات لدى التلاميذ:

إن ضعف بعض الحواس لدى التلاميذ مثل طول أو قصر النظر أو ضعف السمع يؤدي إلى عدم نجاح عملية الاتصال بالشكل الذي يحقق أهدافها.. فما العمل؟ وضع الطالب في المقعد الأول.

أهميـة الاتصالات:

توجد الاتصالات حولنا في كل الأرجاء، فأغلب المدن الكبرى بها على الأقل جريدة واحدة يومية. وكثيرًا ما نرى سعاة البريد يسلمون البريد. ويحتوي الهواء من حولنا على إشارات تلفازية غير مرئية، يمكن أن يلتقطها جهاز التلفاز، ويحولها إلى أصوات وصور. كما أننا نستخدم الاتصالات بطرق عديدة في المنزل، والمدرسة، والأعمال، والصناعة، وفي الشؤون العالمية.

في المنزل:

نستعمل أنواعًا عديدة من الاتصالات الشخصية والعامة في المنزل. فالمذياع المزوّد بساعة، قد يوقظنا في الصباح ويُعرِّفنا الوقت والطقس المتوقع، وينقل أخبار اليوم. ويسمح لنا الهاتف بالتحدث مع أشخاص قريبين أو بعيدين عنا. وقد تخبرنا مذكرة من أحد أفراد الأسرة أن صديقًا قد اتصل أو تُذكِّرنا بميعاد. تتيح الصحف أنواعًا عديدة من الاتصالات. فبعض المقالات تزودنا بالمعلومات في مجال الأخبار، وبطرق إعداد الطعام. كما تزودنا مقالات أخرى، بأنواع الفكاهة، والمتعة كالمسلسلات الهزلية، والمقالات المضحكة.

ويُشاهد ملايين الناس التلفاز للترفيه في أوقات فراغهم، إلاّ أن التلفاز يقوم بتزويد المشاهدين بفوائد أكثر من مجرد الترفيه. فيحصل أغلب الناس على جزء كبير من الأخبار عن طريق البث الإخباري التلفازي. وتُزّود الإعلانات التلفازية الناس بالمعلومات عن المنتجات والخدمات.

في المدرسة:

يستخدم المدرسون مجموعةً منوعةً من طرق الاتصالات، لمساعدة تلاميذهم على التعلم. فكثيرًا ما يحاضرون للفصل بكامله، أو يُوجِّهون مناقشةً جماعية، وفي أوقات أُخرى يساعد المدرسون تلاميذهم بشكل فرديّ.

وتعد الكتب المدرسية المقررة، من أكثر وسائل الاتصال العامة استعمالا في المدارس. وكذلك يستخدم المدرسون وسائل اتصال أخرى عديدة، مثل الشرائح، والملصقات، والتسجيلات الصوتية والمرئية، والأفلام. وتُطْلِعُ الأفلام التعليمية الطلبة على تجارب عديدة لا يمكنهم الحصول عليها في الحياة .ويُعيد الممثلون والممثلات تجسيد الأحداث المهمة في التاريخ، كموقعة القادسية أو حياة عمر المختار. وتأخذ الأفلام الطلبة إلى عوالم بعيدة، كقاع المحيط، أو القطب الجنوبي.

كما تُظهِرُ الرسوم المتحركة عمليات لم يكن من الممكن أن يراها التلاميذ بطريقة أخرى، مثل حركة محرك السيارة، أو مقاومة الجسم البشري الجراثيم.

ويحتوي العديد من غرف الدراسة على أجهزة تلفازية تستقبل دروسًا معدة خصيصًا عن طريق تلفاز الدائرة المغلقة. وهذا الإرسال التلفازي يُرسل عبر الأسلاك إلى عدد محدود من المشاهدين، ولا يبث على الهواء. كما يشجع المدرسون تلاميذهم على مشاهدة البثّ التلفازي، للأحداث المهمة، كإطلاق سفينة فضاء، أو خطاب يلقيه رئيس الحكومة.

في الأعمال والصناعة:

لكل الأعمال الكبرى تقريبًا عمال منتشرون في أكثر من مكان، مثل الموظفين الذين يعملون في المكاتب الفرعية، أو مندوبي المبيعات الذين يزورون العملاء؛ لذلك تحتاج الأعمال إلى اتصالات سريعة موثوق بها. ويتم الكثير من اتصالات الأعمال بوساطة الهاتف، أو بوساطة أجهزة تُسمى الطابعات عن بعد أو آلات الفاكسيملي التي تُرسل وتستقبل رسائل مكتوبة عبر الأسلاك. وباستخدام هذه الوسيلة للاتصالات، يمكن للمؤسسات المتعددة الفروع أن تُغير سعر أحد الأصناف في جميع فروعها في دقائق معدودة. وكان هذا الأمر – قبل أيام الاتصالات السريعة – يستغرق عدة أسابيع لإبلاغ كل فرع.

وللعديد من الأعمال دائرة اتصالات، تتكون من اثنين أو أكثر من الحواسيب، متصلة بخطوط هاتفية خاصة. وتتبادل الحواسيب، كميات ضخمة من البيانات بسرعة فائقة. وتقوم الآلات بترجمة المعلومات إلى صورة مكتوبة بوساطة طابعات عالية السرعة، أو على شاشات تُسمى شاشات عرض طرفية تحتوي على أنابيب أشعة الكاثود. وتطبع أكثر الشركات الكبرى مجلاتها الخاصة، أو جرائدها لموظفيها. وتُسمى هذه المطبوعات نشرات دورية، تزودهم بالمعلومات عن خطط الشركة، والمنتجات الجديدة وأمور أخرى. وقد تتصل الشركات الكبرى بموظفيها،

عن طريق دائرة تلفازية مغلقة، وتنتج أفلامها وشرائط التسجيل المرئية الخاصة بها بنفسها.

في الشؤون العالمية:

كانت الأخبار تنتقل بين الأمم ببطء، قبل عصر الاتصالات الحديثة السريعة. وقد تسبّب الوقت الطويل الذي كان يضيع حتى يتم تسلم الرسائل أحياناً في مشكلات. فقد كان من الممكن على سبيل المثال، ألاّ تقع حرب عام 1812 م (بين بريطانيا والولايات المتحدة)، لو وُجد البرق أو الهاتف في ذلك الوقت. وقد بدأت الحرب جزئياً؛ لأنّ بريطانيا عرقلت حرية الملاحة الأمريكية. وقد أعلنت الولايات المتحدة الحرب على بريطانيا في 18 يونيو 1812 م. وكانت بريطانيا، قبل يومين من هذا الإعلان، قد أعلنت أنها سوف تُوقف عرقلة الملاحة الأمريكية، ولكن هذا الخبر كان لابد أن يعبر المحيط الأطلسي، بوساطة السفن، حتى يصل إلى الولايات المتحدة، ولكنه لم يصل إلا بعد بدء القتال. وقد كان من الممكن أيضًا أن تمنع الاتصالات السريعة المعركة الرئيسية في هذه الحرب. وقد خاض الجنود هذه المعركة في نيو أورليانز في يناير 1815 م، بعد 15 يومًا من توقيع معاهدة سلام في أوروبا. وقد قُتِل نحو 315 شخصًا وجُرح نحو 1،290 في هذه المعركة. ويمكن أن تؤدي الاتصالات السريعة إلى نتائج سيئة إذا لم يتم التعبير عن الرسائل بدقة. فقد أرسلت الولايات المتحدة وحلفاؤها في عام 1945 م، قرب نهاية الحرب العالمية الثانية، رسائل بالراديو إلى اليابان، تُحذر بأن اليابانيين سيواجهون تدميرًا عاجلاً ومطلقًا إذا لم يستسلموا. وقد كان المسؤولون اليابانيون ينوون أن يردوا بأنهم سوف يؤجلون التعليق؛ لأنهم يحتاجون لوقت أطول لدراسة الرسالة. وبدلاً من هذا، فقد ردّوا بكلمة تعني، أنهم سوف يتجاهلون التحذير .ولو كانوا قد اختاروا ردًا آخر، فلربما حال ذلك دون إسقاط الولايات المتحدة، قنابل ذرية على المدينتين اليابانيتين هيروشيما وناجازاكي. وقد مات أو فُقد نحو 132،000 رجل وامرأة وطفل بعد الانفجارين، ويعتقد البعض أن ما حدث كان نتيجةً لفشل في الاتصالات.

يقول الناس كثيرًا إن الاتصالات، قد جعلت العالم أصغر. فقد كان العالم يبدو هائلاً، عندما كانت الرسائل في أوروبا تصل إلى أمريكا بعد رحلة في المحيط تستغرق أسابيع عديدة. والآن يستطيع الراديو، أن ينقل الصوت البشري حول العالم في جزء من الثانية، وبالسرعة نفسها تقريبًا، يستطيع الفرد أن يتصل هاتفيًا بشخص آخر في أي بلد تقريبًا. وقد جعلت أقمار الاتصالات الصناعية البثّ التلفازي على مستوى العالم ممكنًا، فيستطيع المشاهدون في منازلهم أن يشاهدوا أحداثًا تقع في قارة أخرى، كمراسم جائزة نوبل، أو التوقيع على معاهدة.

تطور الاتصالات:

ما قبل التاريخ:

من المحتمل أنّ الإنسان الأول قد تفاهم مع الآخرين بالأصوات والإيحاء قبل استعمال الكلمات الحقيقية. ولا يُعرف كيف بدأ التخاطب البشري، وهذا أمر اختلف العلماء فيه منذ القدم ودارت آراؤهم فيه حول أربعة محاور: الأول أن اللغة توفيق من الله والثاني أنها إلهام والثالث أنها اصطلاح والرابع أنها محاكاة للأصوات كما لخصه ابن جني وغيره.

وعلى كل حال فقد تبادل الناس المعلومات في المقام الأول مشافهة. كانت الرسائل الشفهية ينقلها عداؤون لمسافات طويلة. واستخدم الناس قرع الطبول، وإشعال النار، وإشارات الدخان للاتصال بالآخرين الذين يفهمون الرموز المستخدمة.كانت الصور والرسوم هي الخطوات الأولى نحو اللغة المكتوبة. وقد بدأ الفنانون قبل التاريخ استخدام سلسلة من الصور لحكاية قصة، كتاريخ رحلة صيد ممتعة أو عاصفة عنيفة. وبالتدريج طوّر الناس نظامًا من الصور الصغيرة التي ترمز للأشياء والأفكار الأكثر شيوعًا. ويُعرف هذا النظام بالكتابة بالصور وقد طور السومريون الذين عاشوا في بلاد الرافدين أول نظام للكتابة بالصور حوالي سنة 3500 ق.م.

وقد استخدمت الكتابة بالصور بكفاءة في الأشياء المألوفة، ولكن الناس واجهوا صعوبة في كتابة الكلمات الجديدة، أو غير المألوفة. وبالتدريج تعلموا أن يجعلوا كل رمز يُمثل صوتًا بدلاً من شيء أو فكرة؛ ونتيجة لذلك أمكن لهم أن يكتبوا أية كلمة في اللغة المنطوقة.

وقد جاءت الكتابة في المرتبة الثانية، بعد التخاطب مباشرةً، بين أهم الاختراعات الأولى الخاصة بالاتصالات. وقد مكّنت الناس من تبادل الرسائل عبر المسافات الطويلة، دون الاعتماد على ذاكرة المُرْسَل إليه. كما أمكن أيضًا الاحتفاظ بالمعلومات لاستخدامها في وقت لاحق. وباختراع الكتابة انتهى عصر ما قبل التاريخ، وبدأت حقبة التاريخ المكتوب.

خلال الأزمنة القديمة:

كانت الكتابة خلال تلك الأزمنة الوسيلة الرئيسية للاتصالات عبر المسافات الطويلة. وقد استأجر رجال الأعمال والأثرياء وسطاء محترفين، نقلوا الرسائل سيرًا على الأقدام، أو على ظهور الخيل، أو عن طريق السفن. كما استخدم القادة العسكريون الحمام الزاجل لنقل الرسائل.

وفي حوالي عام 500 ق.م، طوّر الإغريق القدماء طريقةً سريعة لإرسال الرسائل من مدينة لأخرى على مجموعة من الجدران اللبنية. وقد كانت المسافة بين هذه الجدران قريبة، بحيث كان كل منها يمكن رؤيته من الجدار المجاور له .وقد مثّلت الفجوات، خلال أعلى كل سور، حروف الهجاء. ويقوم الشخص بإشعال النار في الأماكن المناسبة على الجدار لإرسال رسالة. ويرى المراقب على الجدار المجاور النيران وينقل الرسالة. ويُسَمّى هذا النظام من الاتصالات بالبرق المرئي.

وقد حصل الرومان القدامى على الأخبار من صحيفة مكتوبة باليد تُسمّى الأحداث اليومية (الأكتا ديورنا)، وكان يصدر بعض النسخ من الصحيفة كل يوم ويلصق في الأماكن العامة.

خلال العصور الوسطى:

كان للنصرانية تأثير مهم على الاتصالات في القرون الوسطى التي بدأت في حوالي عام 400 م، واستمرت نحو ألف سنة. وكان القليل من الناس يستطيعون القراءة والكتابة. وكان أغلبهم من قادة الكنيسة؛ ونتيجة لذلك فقد كان أغلب الكتب والاتصالات المكتوبة يدور حول موضوعات دينية.

وقد قام فنانون – وخاصة من العرب والمسلمين – يُدعون الناسخين (الكاتبين)، بنسخ الكتب يدويًا حرفًا حرفًا. ولم يكن هناك كتابان متشابهان تمامًا. وقد زخرف الناسخون عملهم بالصور والتصميمات المصنوعة من الذهب والفضة مع استخدام الألوان. ولأن الناسخين كثيرًا ما كانوا يكدحون لشهور لإنتاج مجلد واحد فإن عدد الكتب التي كانوا يستطيعون إنتاجها كان قليلا. ولكن الناتج كان كافيًا لأن عددًا قليلاً من الناس كانوا يستطيعون القراءة. فكثير من الناسخين أنفسهم لا تعنيهم قراءة الكتب التي كانوا ينقلونها أحيانًا.

وقد انتقلت أغلب الأخبار خلال القرون الوسطى مشافهة. فقد سار المنادون في شوارع القرى يعلنون حالات الميلاد والوفاة والأحداث العامة الأخرى ذات الأهمية. وقد حمل أيضًا الفنانون والباعة المتجولون وغيرهم – ممن كانوا ينتقلون من مكان لآخر – الرسائل والأخبار.

بداية الطباعة:

بدأت الطباعة في الغرب خلال عصر النهضة الأوروبية الذي كان عهد نشاط فكري امتد في كل مكان في أوروبا من القرن الرابع عشر إلى القرن السابع عشر الميلاديين. وقد أوجدت الصحوة الفكرية لعصر النهضة إقبالاً على الكتب لم يستطع النسخ باليد مجاراته. وقد حلّت هذه المشكلة باختراع الطباعة التي كانت معروفة منذ قرون في آسيا ولدى المسلمين في الأندلس، ولكنها لم تكتشف في أوروبا حتى القرن الخامس عشر الميلادي.

لم يطبع الأوروبيون الأوائل الكتب، ولكنهم طبعوا بدلاً من ذلك أوراق اللعب التي كانت مطلوبة بشدة، فقد كان الفنان يقوم بنحت صورة بارزة لورقة لعب على كتلة من الخشب. ثم يقوم الطابع بوضع الحبر على الصورة البارزة ويضغط ورقة لعب فارغة عليها فتنتقل الصورة على الورقة. وسرعان ما استخدم الطابعون هـذه الطريقة المسماة الرسم أو الطباعة بالكتل الخشبية لعمل الكتب بالإضافة إلى أوراق اللعب. ولكن نقش كل كلمة على الكتلة الخشبية كان يستغرق وقتًا طويلا.

وقد جعل اختراع الحروف القابلة للتحريـك الطباعـة أسـرع بكثيـر؛ لأن الحروف المنقوشة نفسها يمكن استخدامها مرارًا. فيمكن للطابع بعد طبع صـفحة، فصل الحروف المطبعية ثم إعادة ترتيبها.

وقد وُجِدت الطباعة بالحروف المطبعية القابلة للتحريك في آسيا منذ القـرن الحادي عشر الميلادي، ولكن هذا الاختراع لم ينتقل إلى أوروبا في ذلـك الوقـت. ويعتبر أغلب المؤرخين جوهانس جوتنبرج الذي كان حدّادًا ألمانيًا مخترع حـروف الطباعة القابلة للتحريك في أوروبا .انظر: جوتنبرج، جوهانس. ففي منتصف القرن الخامس عشر الميلادي، قام جوتنبرج بتجميع عدة اختراعات ليوجد نظامًا جديـدًا كاملا للطباعة. فقام بعمل قطع منفصلة من حروف الطباعة القابلة للتحريك جـاعلا لكل حرف نموذجًا صغيرًا وآخر كبيرًا. وقام بصف حروف الطباعة داخل إطــار (صندوق الصف) لتكوين الصفحات .كما أوجد حبـرًا خاصًـا بـه مـن الألــوان والصبغات والمواد الأخرى. وحول معصرة خمر كان يمتلكها إلى مبنىً للطباعــة يعتبر الأول من نوعه في أوروبا. وكان جوتنبرج قد وجد صعوبة فــي الحصــول يدويًا على نسخ منتظمة الطبع. ولكن آلة الطباعة الجديدة جعلت بالإمكــان وضــع ضغط منتظم على الصفحة.

وسرعان ما أصبحت الطباعة أهم وسائل الاتصال الجماهيري. واختفى فـن النسخ باليد. ولكن الكثير من الناس تخوفوا أن يكون فن الطباعــة الجديــد ســحرًا

شريرًا جاء عن طريق الشيطان. ولم يستطيعوا أن يستوعبوا كيف يمكن إنتاج الكتب بهذه السرعة، أو كيف يمكن أن تبدو كل النسخ متشابهة تمامًا. ولتهدئة مخاوف الناس، ركز الطابعون الأوائل على إنتاج العهدين القديم والجديد، والكتب الدينية بدلاً من الأعمال العلمية، أو الكتابات الأخرى.

لقد مكّن العدد الكبير من الإنجيل المطبوعة الكثير من النصارى من قراءة الكتب المقدسة بأنفسهم؛ ونتيجة لذلك بدأ بعضهم في التساؤل عن بعض تصرفات الكنيسة الرومانية الكاثوليكية. وبهذه الطريقة ساعدت الطباعة على مولد الإصلاح الديني البروتستانتي في القرن السادس عشر الميلادي. وقد بدأت هذه الحركة محاولةً لتقويم الكنيسة الكاثوليكية، وانتهت بتأسيس البروتستانتية.

القرنان السابع عشر والثامن عشر الميلاديان:

استُخدِم فن الطباعة أيضًا في الأعمال التجارية والصناعية في القرن السابع عشر الميلادي. وظهرت صحف إخبارية تُسمى كورانتوس - كانت تشبه الجرائد إلى حد ما - في هولندا وإنجلترا وبلاد أخرى. وكانت تنشر - في الغالب - أخبار الأعمال التجارية مثل السفن الراسية وما تحمله من بضائع . كما نشرت الصحف الإخبارية الإعلانات، وسرعان ما أضافت الكورانتوس أخبارًا لا تتعلق بالأعمال التجارية وأصبحت أولى الجرائد الحقيقية.

استمر انتشار الطباعة في القرن الثامن عشر الميلادي وجعلت الكتب والمجلات والجرائد المعلومات متوافرة للقراء أكثر فأكثر. وتبادل الناس الأخبار عن طريق الرسائل، وأسس العديد من الدول أنظمة بريدية. وكانت الرسائل - قبل القرن الثامن عشر الميلادي - تسلم بوساطة قباطنة السفن أو المسافرين الآخرين.

وبالرغم من ذلك، فإن أغلب الاتصالات لم تكن في القرن الثامن عشر الميلادي أسرع مما كانت عليه في الأزمنة القديمة. فالأخبار انتقلت بنفس سرعة انتقال البشر على القدمين، أو على ظهور الخيل، أو بالسفن. ثم طوّر مهندس

فرنسي، يسمى كلود شاب في نهاية القرن الثامن عشر الميلادي، وسيلة للاتصال السريع عبر المسافات الطويلة، حيث صمم جهازًا مرئيًا للبرق، يشبه الجهاز الذي اخترعه الإغريق القدماء، ويتكون من سلسلة من الأبراج بين باريس والمدن الأوروبية الأخرى. ويقوم عامل في كل برج بتحريك قضيب وذراعين كبيرين متصلين بمفاصل على السطح ليرسم الرسائل. ويقرأ مراقب على البرج الذي يليه الرسائل بوساطة مقراب (تلسكوب) ويقوم برسمها بالطريقة نفسها وهكذا كان يتم نقل الرسائل.

بداية القرن التاسع عشر الميلادي:

أحدث العديد من الاختراعات الجديدة ثورةً في الاتصالات. وحدث تقدمٌ مهم في الطباعة عام 1811م، عندما استخدم طابع ألماني يُدعى فريدريك كوينج محركًا بخاريًا لتزويد آلة الطباعة بالقوة المحركة. وكان على الطابعين أن يستمروا في وضع الحروف المطبعية باليد، ومع ذلك فإن عملية الطباعة نفسها أصبحت أسرع مئات المرات. واستخدمت جريدة التايمز اللندنية آلة طباعة كوينج لأول مرة في عام 1814م، ومكّن هذا الاختراع التايمز، وجرائد أخرى من طباعة أعداد كبيرة، بتكلفة قليلة، مما جعل بالإمكان توزيع الجرائد على نطاق واسع.

وقد زاد اختراع السفن البخارية والقطارات من سرعة انتقال الأشخاص والأخبار. ولكن الاتصالات السريعة لم تبدأ إلا مع اختراع البرق الكهربائي الذي يُرسل الرسائل عبر الأسلاك في ثوان. وقد صمم مخترعون في الدنمارك وألمانيا وبريطانيا وبلاد أخرى أجهزة برق متعددة خلال أوائل القرن التاسع عشر الميلادي. لكن كل هذه الأجهزة كان يعتريها نقطتا ضعف هما افتقارها لمصدر ثابت للكهرباء، وصعوبة استخدامها.

وخلال الثلاثينيات من القرن التاسع عشر الميلادي، بدأ الرسام والمخترع الأمريكي صمويل مورس، العمل على جهاز كهربائي للبرق. وطوّر مورس

وشريكه ألفرد فيل، بعد سنتين من التجارب، جهازًا بسيطًا للبرق، له مصدر ثابت من التيار يُنتج بوساطة بطاريات ومغنطيس كهربائي. وكان الجهاز يُرسل رسائل على هيئة نقاط وخطوط تُسمى شفرات مورس. وقام مورس بتسجيل اختراعه في عام 1840م، ولأول مرة انتقلت الأخبار بسرعة الكهرباء .وبدأت الجرائد تقريبًا في الحال في استخدام تلغراف مورس. وفي الستينيات من القرن التاسع عشر الميلادي، كانت خطوط البرق قد قامت بوصل أغلب المدن بعضها ببعض. وأصبح البرق الوسيلة الرئيسية للاتصالات عبر المسافات الطويلة.

كان البرق (التلغراف) يستطيع إرسال الرسائل فقط، حيث توجد أسلاك. وفي عام 1858م، تم وضع كبل بحري للتلغراف عبر المحيط الأطلسي، لكن الكبل تعطل بعد بضعة أسابيع. وتم وضع أول كبل يعمل بنجاح عبر المحيط الأطلسي في عام 1866م، وكان ذلك أساسًا نتيجة لجهود المليونير الأمريكي سيرس فيلد، والفيزيائي البريطاني اللورد كلفين. وقد مكّن هذا الكبل الممتد تحت الماء، من إرسال الرسائل عبر المحيط الأطلسي في دقائق.

ازداد تطور الاتصالات باختراع التصوير، وقد أسهم العديد من العلماء الأمريكيين والبريطانيين والفرنسيين في تطويره، بحيث لا يمكن أن يُعتبر شخص واحد مخترع التصوير. وفي عام 1826م، صنع عالم الفيزياء الفرنسي، جوزيف نيسفور نيبس، أول صورة ثابتة. وتعتمد طريقة نيبس التي تُسمى الهليوجراف على تعريض صفيحة فلزية للضوء لمدة ثماني ساعات تقريبًا. ونتيجة لذلك، فقد أمكنه فقط تصوير الأشياء الثابتة كالمنازل ولم يتمكن من تكوين صور للأشياء المتحركة.

وقد عمل الرسام الفرنسي لوي جاك مانديه داجير، شريكًا لنيبس لعدة سنوات، وفي الثلاثينيات من القرن التاسع عشر الميلادي، طوّر داجير نوعًا مُحسنًا من الصور الضوئية سُمي الصورة الداجيرية. تحتاج الصورة الداجيرية إلى عدة دقائق فقط للتعريض للضوء. وفي الوقت نفسه تقريبًا، اكتشف المخترع البريطاني

وليم هنري فوكس تالبوت طريقة للتصوير باستخدام ورق سالب)نيجاتيف) بدلاً من الصفيحة الفلزية. ولكن اختراع فوكس تالبوت الذي سُمي التولبوتيب أو الكالوتيب لم يستخدم على نطاق واسع؛ لأنه أنتج صورة أقل وضوحًا من طريقة التصوير الداجيري. لكن فكرة استخدام سالب مرن، أصبحت المفتاح للتصوير الحديث. وفي الطرق الأخرى المستخدمة كان على المصور استخدام زجاج أو صفائح فلزية يجب تغييرها في كل تعريض للضوء. ولكن باستخدام طريقة تالبوت أصبح من الممكن تحريك الفيلم خلال الكاميرا واستخدامه لالتقاط سلسلة من الصور.

أواخر القرن التاسع عشر الميلادي:

أدى عدد كبير من الاختراعات إلى تحسين الاتصالات، منها الآلة الكاتبة والهاتف والحاكي (الفونوغراف) والسينما. وفي عام 1868م، قام ثلاثة شركاء أمريكيين هم كارلوس جليدن، وكريستوفر لاثام شولز وصمويل سوليه بتسجيل براءة اختراع عن أول آلة كاتبة عملية. وقد بدأ إي رمنجتون وأولاده، صناعُ بندقيات رمنجتون الشهيرة، بإنتاج الآلة الكاتبة في منتصف السبعينيات من القرن التاسع عشر.

وسجل ألكسندر جراهام بل – وهو مدرس للصم أسكتلندي المولد – براءة اختراع نوع من الهاتف في عام 1876م. وقد مكّن جهاز بل من نقل الصوت البشري عبر الأسلاك. كما سجل إليشا جراي، وهو مخترع أمريكي براءة اختراع آلة مشابهة في الوقت نفسه تقريبًا. ولكن أول شبكة للهاتف تم تمديدها في نيو إنجلاند عام 1878م، واستخدمت تصميم بل. وبحلول عام 1890م، كان نظام بل للهاتف يستخدم على نطاق واسع في أمريكا وأوروبا.

وفي عام 1877م، اكتشف المخترع الأمريكي توماس أديسون أول فونوغراف عملي، وكان يسجل الصوت على أسطوانة مغطاة بطبقة فلزية رقيقة. وبعد ذلك بنحو عشر سنوات، اكتشف إميل برلينر – وهو أمريكي من أصل

ألماني – فونوغرافًا يستخدم قرصًا بدلاً من أسطوانة. ومع بداية القرن العشـــرين، حل فونوغراف برلينر الذي يستخدم القرص محل فونوغراف أديسون.

واستمر الطابعون يصفون الحروف المطبعية باليد، حتـــى الثمانينيـــات مـــن القرن التاسع عشر الميلادي، كما كان جوتنبرج يفعل. ولكن في عام 1884م، سجل أوتمار مرجنتيلر، وهو ميكانيكي ألماني بالولايات المتحدة، بـــراءة اختـــراع آلـــة اللينوتيب. وتستخدم اللينوتيب لوحة مفاتيح لصف حروف الطباعة آليًا، دون الحاجة للصف اليدوي. وقد عجّل هذا الاختراع إنتاج الصحف والمطبوعات الأخرى.

وفي عام 1887م، طوّر رجل دين أمريكي يُدعى هانيبال جودوين الشـــريط السينمائي الذي كان متينًا ولكن في الوقت نفسه كان مرنًا. وقام جـــورج إيســـتمان، وهو مُصنّع لمواد التصوير، بتقديم الشريط السينمائي فـــي عـــام 1889م، ونجـــح أديسون ومخترعون آخرون، في تصوير وعرض أفلام سينمائية خلال التسعينيات من القرن التاسع عشر الميلادي. وربما كان أديسون قد استوحى تصـــميمه لآلـــة عرض الأفلام من المخترعَيْن الأمريكيين توماس أرمات وتشارلز فرانسيس جنكنز.

بداية العصر الإلكتروني:

قرب نهاية القرن التاسع عشر الميلادي، حدثت ثورة في الاتصـــالات مـــرة أخرى. ففي ذلك الوقت، كانت وسائل الاتصالات السريعة عبر المسافات الطويلـــة هي البرق والهاتف، وكان كل منهما يستطيع إرسال الرسائل فقط عبـــر الأســـلاك. ولكن خلال العصر الإلكتروني، استخدم المخترعون فرعًا من العلـــوم والهندســـة يُسمى الإلكترونيات في إرسال الإشارات عبر الفضاء. ولقد أمكن بســـبب عصـــر الإلكترونيات اختراع الراديو، والتلفاز، وعجائب الاتصالات الحديثة الأخرى.

تطورت الاتصالات الإلكترونية نتيجة أفكار وتجارب عدة علماء. ففي عـــام 1864م، وضع عالم الفيزياء البريطاني جيمس كلارك ماكسويل نظرية تقـــول إن الموجات الكهرومغنطيسية تنتقل في الفضاء بسرعة الضوء. وفي أواخر الثمانينيات

من القرن التاسع عشر الميلادي، قام الفيزيائي هينريتش هرتز بإجراء تجارب أثبتت وجود هذه الموجات. ولم يستطع هرتز أن يتبين أي تطبيق عملي لبحوثه. وفي عام 1895م، قام مخترع إيطالي يُدعى جوليلمو ماركوني بالجمع بين أفكار ماكسويل وهرتز وآخرين ليتمكن من إرسال إشارات عبر الفضاء. وسمىّ ماركوني جهازه البرق اللاسلكي وهو ما نسميه نحن الراديو.

في البداية، كانت إشارات شفرة مورس تُرسل فقط بوساطة جهاز ماركوني. وفي عام 1906م أوصل ريجنالد إيه فيسيندن – وهو فيزيائي كندي المولد، سماعة الهاتف بجهاز برق لاسلكي، وأصبح واحدا من أوائل الأشخاص الذين نقلوا الكلام. وفي مساء عيد الميلاد لعام 1906م، التقط عدد من مشغلي الراديو، أول بث إذاعي بوساطة فيسيندن. وقد دهشوا حين سمعوا موسيقى عيد الميلاد، وسمعوا قراءة من العهدين القديم والجديد بدلا من سماع شفرة مورس.

خلال بدايات القرن العشرين، طوّر لي دي فورست الأمريكي، وبعض المهندسين الكهربائيين، أجهزة مختلفة سُميت الصمامات المفرغة يمكنها التقاط وتكبير إشارات الراديو. ولقد مكنت الصمامات المفرغة من تطوير الراديو كما نعرفه الآن. ولقد ظهرت منذ سنة 1908م، محطات راديو تجريبية عديدة، الكثير منها ذات صلة بكليات الهندسة أو الجامعات.

وسرعان ما ظهرت محطات الراديو في كثير من البلاد. وفي عام 1922 م، قبلت محطة دبليو إي إيه إف (weaf) في نيويورك أجرًا مقابل السماح بإذاعة إعلان على الهواء لشركة تبيع الشقق .وطوّرت الولايات المتحدة نظامًا للراديو التجاري، ثم وضعت فيما بعد نظامًا للتلفاز التجاري، يتم دفع تكلفة أغلب البرامج بوساطة أصحاب الإعلانات. أما في أغلب البلاد الأخرى فتحصل شبكات الراديو والتلفاز على الجزء الأكبر من ميزانياتها من الحكومة.

تطور الاتصالات الحديثة:

نتج التلفاز، كالعديد من الاختراعات الأخرى، من أبحاث وتفكير العديد من الناس. وترجع محاولة إرسال الصور عبر الفضاء إلى القرن التاسع عشر الميلادي. وتم تطوير أول نظام عامل في عام 1926م، عندما استطاع جون لوجي بيرد، وهو مهندس أسكتلندي إثبات إمكانية النقل التلفازي. وفي عام 1936م، نقلت هيئة الإذاعة البريطانية أول بث تلفازي مفتوح الدائرة (عام). وبدأت شركة الراديو الأمريكية البث المنتظم في عام 1939م، واستخدمت كاميرات تلفازية محسنة وأنابيب إلكترونية للصور المعدلة بوساطة فلاديمير كوسما زوريكين، وهو فيزيائي أمريكي، روسي المولد.

توقفت البرامج التلفازية مؤقتًا في بداية الأربعينيات من القرن العشرين الميلادي، خلال الحرب العالمية الثانية، ثم استؤنف الإرسال بعد الحرب. ومع بداية الخمسينيات من القرن العشرين الميلادي، بدأت محطات التلفاز في الولايات المتحدة وأوروبا بث برامجها.

في أواخر القرن التاسع عشر الميلادي، اخترع مهندس هولندي يُدعى فالديمار بولسن آلة تسجل الصوت على أسلاك حديدية. ولكن اختراع بولسن لم يحظ باهتمام يذكر. وخلال الثلاثينيات من القرن العشرين الميلادي، طوّر مهندسون ألمان مسجلات تسجل الصوت على شرائط مغنطيسية. وبخلاف تسجيل الفونوغراف، فإنّ تسجيلات الشرائط الجديدة يمكن الاستماع إليها مرة أخرى بعد تسجيلها بإرجاع الشريط. وتمكنت مسجلات الفيديو المطورة في الخمسينيات من القرن العشرين الميلادي من تسجيل الصورة بالإضافة إلى الصوت على شريط مغنطيسي. في البداية كانت محطات التلفاز فقط تستخدم مسجلات الفيديوتيب، ولكن مسجلات الفيديوتيب كاسيت المطورة في السبعينيات من القرن العشرين الميلادي جعلت هذا التسجيل رخيصًا، بدرجة جعلته متاحًا للاستخدام المنزلي. ويستطيع الأشخاص توصيل مسجل الفيديوتيب كاسيت بجهاز التلفاز الخاص بهم لتسجيل

البرامج آليا لمشاهدتها في فترة لاحقة. وفي بداية الثمانينيات من القرن العشرين، أُدخلت عدة شركات أقراص الفيديو. ويتم نقل الصور والأصوات السابق تسجيلها على أقراص الفيديو بوساطة جهاز تشغيل آلي لجهاز التلفاز المتصل به.

قامت أقمار صناعية أرضية تُسمى أقمار الاتصالات لأول مرة بنقل الرسائل بين المحطات الأرضية في عام 1960م، وقبل ذلك الوقت كانت الإشارات التلفازية تُرسل فقط بوساطة الكبل، أو إلى حيث توجد أبراج نقل لتقوية الإشارات. ومكنت الأقمار الصناعية من ترحيل الإشارات التلفازية عبر المحيطات. وكذلك تستطيع الأقمار الصناعية نقل رسائل الراديو والهاتف والاتصالات الأخرى.

وخلال السبعينيات من القرن العشرين، بدأت العديد من الجرائد والمطبوعات الأخرى، في استخدام الحاسوب في التحرير، وأنظمة صف الحروف المطبعية. حيث يقوم الكاتب بكتابة المقالات على لوحة مفاتيح متصلة بالحاسوب. وبينما يقوم بالكتابة تخزن في الوقت نفسه الكلمات في الحاسوب وتعرض على شاشة عرض طرفية، ويتصل الحاسوب بدوره بجهاز يسمى آلة التجميع أو التصفيف الضوئي، وبمجرد الضغط على زر تقوم الآلة بوضع المقال على هيئة حروف مطبعية مصفوفة على شريط فونوغرافي.

وفي أوائل الثمانينيات من القرن العشرين، بدأ العديد من الشركات تسويق هواتف خلوية متحركة. وبموجب هذا النظام تقسم المدن إلى مقاطعات تسمى خلايا كل منها له ناقل راديو منخفض الطاقة ومستقبل. وعندما تنتقل السيارة المزودة بالهاتف من خلية إلى أخرى يقوم الحاسوب بنقل المكالمات من ناقل ومستقبل إلى آخر بدون انقطاع المكالمة. وفي أواخر الثمانينيات من القرن العشرين، بدأت العديد من الشركات في استخدام عملية تُسمى الناسوخ (الفاكسميلي أو الفاكس) للإسراع بالاتصالات، وتقوم آلة الفاكس بإرسال واستقبال نسخ المستندات عبر أسلاك الهاتف وتستطيع إعادة نسخ كل من الكتابة والصور.

اتصالات المستقبل:

من المحتمل أن تشمل هذه الاتصالات أشكالاً عديدة من طاقة الموجات الضوئية والليزرات، وهي أجهزة تُنتج حزمة ضيقة من الضوء الشديد القوة. وحتى الآن فقد أتاح أحد فروع الفيزياء المُسمى البصريات الليفية استخدام الضوء لإرسال رسائل أكثر، وبسرعة أكبر، مما هو الحال عند استخدام الكهرباء أو موجات الراديو. فباستخدام اتصالات الألياف البصرية، يُحول شعاع الليزر الإشارات الكهربائية الخاصة بمكالمة هاتفية، أو صورة تلفازية إلى نبضات ضوئية. يُوجِّه الليزر إلى أحد أطراف جدائل زجاجية شفافة تسمى الألياف البصرية. ويستطيع الضوء أن ينتقل مسافات شاسعة خلال الألياف، دون أن يفقد قوته أو وضوحه. وعند طرف الاستقبال، يقوم جهاز بإرجاع ضوء الليزر إلى الأصوات والصور.

وتستطيع حزمة من الألياف البصرية لا تتجاوز كل واحدة منها سمك شعرة من جسم الإنسان، أن تبث آلاف المكالمات الهاتفية أو البرامج التلفازية في الوقت نفسه. ويُستعمل الليزر أيضًا في طريقة للتصوير الثلاثي الأبعاد تُسمى التصوير التجسيمي حيث يقوم جهاز يُسمى مفرق الأشعة بتقسيم ضوء الليزر إلى شعاعين يُوجه أحدهما إلى الجسم المراد تصويره، ثم تقوم المرايا بتجميع شعاعي الضوء معًا مرة أخرى، وحيث يتجمع الشعاعان يكونان نموذجًا ثلاثي الأبعاد يمثل هيئة الجسم. وقد يستخدم التصوير التجسيمي في فترة لاحقة لإنتاج أفلام وصور وبرامج تلفازية تتكون من صور ثلاثية الأبعاد تسبح في الفضاء. وسوف يستطيع المشاهدون السير حول الصور ثلاثية الأبعاد ـــ كما لو كانت مناظر حقيقية ـــ ليروا زوايا جديدة كلما تحركوا.

وربما تنساب الاتصالات، في المستقبل، عبر طريق المعلومات فائق السرعة، وهو مصطلح لشبكة إلكترونية جبارة ستتألف من منظومة تضم أنظمة الهاتف وأنظمة التلفاز الكبلي والشبكات الحاسوبية. وسيوفر طريق المعلومات فائق السرعة معلومات مستفيضة وخدمات متنوعة كثيرة لمستخدميه في المنازل

والمدارس وأماكن العمل. ولن ينحصر تأثير طريق المعلومات فائق السرعة الذي يقدم المعلومات بالصوت والصورة والفيديو على نوعية الاتصالات بين الناس بل سيؤثر أيضًا على طرق حياتهم ودراستهم وتعلمهم. فعلى سبيل المثال يمكن لمستخدم هذه الشبكة أن يتصفح، من منزله، عددًا من الكتب بمكتبات مختلفة حول العالم. وقد أمكن لمستخدمي الحاسوب الاتصال ببعضهم بوساطة قاعدة بيانات ضخمة عرفت بالإنترنت . وتتكون هذه الشبكة من آلاف الشبكات الصغيرة وملايين الحاسوبات.

دراسة الاتصالات:

دراسة الاتصالات ليست فرعًا واحدًا من التعليم، ولكنها تشمل مجالات عديدة من الدراسة، وهناك العديد من نظريات الاتصال التي نمت وتطورت في العقود الأخيرة. يضم العلماء الذين يدرسون الاتصالات علماء التربية والتاريخ وعلماء الرياضيات وعلماء الأعصاب وعلماء النفس وعلماء الاجتماع. ويقوم أغلب هؤلاء العلماء بدراسة بعض جوانب الاتصالات فقط. ويكرس آخرون أنفسهم لدراسة هذا المجال؛ فعلى سبيل المثال أصبح العلاّمة الفلسطيني رمزي شحاتيت معروفًا بدراساته عن وسائل الاتصالات العامة. فقد بحث رمزي تأثير وسائل الاتصالات العامة على المجتمع في عدة كتب منها مجرة جوتنبرج؛ وفهم وسائل الاتصالات العامة.

وتَضُمّ المجالات الأساسية لدراسة الاتصالات:

- علم الاجتماع وعلم النفس.
- علم اللغة (اللسانيات).
- علم الضبط والتحكم ونظرية المعلومات.
- دراسة الاتصالات غير الكلامية.

علم الاجتماع وعلم النفس:

أنتجت مجالات علم الاجتماع وعلم النفس أولى الدراسات الأكاديمية (النظرية) عن وسائل الاتصالات العامة في الثلاثينيات من القرن العشرين. فقد قام عالما الاجتماع الأمريكيان بول لازارسفيلد، وفرانك ستانتون، بدراسة حول المستمعين لبرامج إذاعية مختلفة. وشجع عملهم هذا باحثين أمريكيين آخرين، منهم عالم النفس الاجتماعي هادلي كانتريل، وعالم الاجتماع روبرت ميرتون، على بحث تأثير البث الإذاعي والتلفازي على الجمهور.

وقد أجرت البلاد المتحاربة، خلال الحرب العالمية الثانية، حملات دعائية واسعة الانتشار. ونتيجة لذلك بدأ العديد من العلماء في دراسة فن الدعاية والرأي العام. وقام عالم النفس الأمريكي كارل هوفلاند، بدراسة وسائل الإقناع التي تستعملها الاتصالات وتؤدي إلى تعديل الناس لمعتقداتهم. وبعد انتهاء الحرب في عام 1945م، درس العديد من العلماء تأثير وسائل الاتصالات العامة على الأفراد والمجتمع.

علم اللغة:

هو الدراسة العلمية للغة. وقد كان إدخال النحو التحويلي، في الخمسينيات من القرن العشرين، بوساطة عالم اللغة الأمريكي نعوم تشومسكي، واحدًا من أهم التطورات في علم اللغة. ويتكون النحو التحويلي من القواعد التي تحدد جميع الجمل التي يمكن تكوينها في أي لغة. وقد اكتشف تشومسكي أن لغات العالم تتشابه أكثر مما تختلف، وأن هناك مبادئ عامة تنطبق على جميع اللغات، وقادته هذه الاكتشافات إلى الاعتقاد بأن كل شخص عنده القدرة على تعلم القواعد العامة للغة عند المولد.

وهناك مجال آخر مهم لعلم اللغة هو علم دلالات الألفاظ وتطورها (علم المعاني)، الذي يحلل معاني الكلمات ومشكلات الاتصالات التي تتولد بسبب

اللغـة. ومن العلماء الذين أسهموا في تطوير علم المعاني ألفرد كورزيبسكي، وهو عالم بولندي أمريكي، وإس. إيه هاياكاوا وهو من التربويين الأمريكيـين.

علم الضبط والتحكم ونظرية المعلومات:

علم الضبط والتحكم هو دراسة كيفية تحويل المعلومـات بوسـاطة الجهـاز العصبي للكائنات الحية، وبوسائل التحكم الآلي. ودراسة المعلومات المرتدة (التغذية الراجعة) جزء مهم من علم الضبط والتحكم، وهي العملية التـي بوسـاطتها تقـوم الأجهزة، والكائنات الحية بالتحكم في نفسها. وقد طوّر علم الضبط والـتحكم عـالمُ الرياضيات الأمريكي نوربرت وينر، الذي طُبِعَ كتابه علم الضبط في عام 1948م.

وهناك علم آخر ذو صلة بهذا المجال يُسمى نظرية المعلومـات .وقـد تـم تطويره في الوقت نفسه تقريبًا بوساطة عالمي رياضيات آخرين، هما كلود شانون، ووارن ويفر .وتختص نظرية المعلومات بالقوانين الرياضية التي تحكم الاتصالات، لاسيّما العوامل التي تعوق إرسال الرسائل. وقد أدى كل من علم الضبط والـتحكم، ونظرية المعلومات دورًا مهمًا في تطور علوم الحاسوب.

دراسة الاتصالات غير الكلامية:

من المحتمل أن تكون هذه الدراسة أقدم مجالات البحـث فـي الاتصـالات الإنسانية، وترجع على الأقل، إلى القرن التاسع عشر، عندما حلل مدرسو التمثيـل، والتمثيل الإيمائي، كيفية استخدام حركات الوجه والجسم في نقل الأحاسيس. وتضم الدراسة الحديثة للاتصالات غير الكلامية التي تُسمى أحيانًا لغـة الجسـم عِلْمَـين، يُسميان الكينَسيكس (علم الحركة الجسمية) والبروكسميكا .وعلم الكاينسيكا هو دراسة حركات الجسم والوجه، بوصفها مصاحبات للكلام. وقد تم تطوير علم الكاينسـيكا بوساطة عالم سلالات أمريكي يُدعى ريي بيردوستل، الذي استخدم أفلامًا بالتصوير البطيء، لمتحدثين لتحليل إيماءاتهم وتعبيراتهم.

وقد تم تطوير علم الكاينسيكا بوساطة عالم السلالات الأمريكي إدوار هـال.. وقد درس هال، كيف يستخدم الناس في الثقافات المختلفة، الإيماء، ووضع الجسم، والمسافة التي يتحدثون منها، وإشارات غير كلامية أخرى، لنقل مشاعرهم، ووضعهم الاجتماعي. ويشعر أغلب الناس بالحرج في وضع أغلب هذه المعلومات في كلمات. ولكن علم البروكسميكا، يسمح للناس، بإرسال واستقبال رسائل دون استخدام الكلمات.

الاتصال الجماهيري:

هو عملية اتصال تقوم بها هيئات أو أفراد بهدف الوصول إلى عدد كبير جدا من الناس باستخدام وسيط مادي مستخدمة ما يعرف بوسائل الاتصال الجماهيري أو (وسائل الإعلام). وقد تزايدت وسائل الاتصال الجماهيري مع تقدم الزمن: 1- الجرائد 2- الإذاعة 3- التليفزيون 4- الإنترنت 5- السينما 6- الإنترنت 7-الشرائط بأنواعها (فيديو- كاسيت....) 8- بودكاست 9- الهاتف.

أهداف الاتصال الجماهيري:

- إعلام (ماذا)
- تحليل (كيف)
- نقد (لماذا)
- ترفيه
- حث على سلوك (الدعاية)

عوامل أصبحت تؤثر على الاتصال الجماهيري:

- ثورة المعلومات
- ثورة الاتصالات
- الهيمنة الأمريكية
- الاتصال والدعاية

أشهر نظريات الاتصال الجماهيري:

نظريات التأثير المباشر:

- هارولد لازويل قال بنظرية الرصاصة السحرية أو الحقنة تحت الجلد.
- تفترض أن الأشخاص ليسوا إلا مجتمع جماهيري من مجموعة من الأشخاص المنعزلين (تأثرت بفكر فرويد).
- وسائل الإعلام تمثل فيه مصادر قوية للتأثير والناس يقبلونها ويفهمونها بشكل متماثل، كل شخص يتلقى المعلومات بشكل فردي، ويستجيب بشكل فردي.
- لم تكن نظرية واقعية بسبب التبسيط الشديد، وافتراض أن للإعلام تأثيرات عنيفة ومفاجئة.
- أهميتها أنها كانت بداية بحوث تأثير الإعلام.

نظريات التأثير الانتقائي:

أ- نظرية الاختلافات الفردية:

- تقول ببساطة أن الأشخاص المختلفون يستجيبون بشكل مختلف للرسائل الإعلامية وفقاً لاتجاهاتهم، وبنيتهم النفسية، وصفاتهم لموروثة أو المكتسبة.
- وسائل الإعلام تستقبل وتفسر بشكل انتقائي.
- وذلك بسبب اختلاف الإدراك الذي يفكر به كل شخص.
- والذي يرجع إلى اختلاف للتنظيم الذي لدى كل شخص من المعتقدات، والقيم، والاتجاهات...
- ولأن الإدراك انتقائي فالتذكر والاستجابة انتقائيين.
- وبالتالي فتأثير وسائل الإعلام ليس متماثل.

ب- نظرية الفئات الاجتماعية:

- الناس ينقسمون إلى فئات اجتماعية والسلوك الاتصالي يتشابه داخل كل فئة.
- موقع الفرد في البناء الاجتماعي يؤثر على استقباله.
- الفئة قد تتحدد بناء على: السن، الجنس، الدخل، التعليم، الوظيفة.

- أنماط الاستجابة تتشابه في داخل كل فئة - لذا فتأثير وسائل الإعلام ليس قوي، ولا متماثل، ولكنه يختلف بتأثير للفئات الاجتماعية.

ت- نظرية العلاقات الاجتماعية:

- جمهور وسائل الإعلام ليسوا مجرد أفراد منعزلين، أو أفراد مجتمعين في فئات اجتماعية، ولكنهم مرتبطون ببعضهم البعض في اتحادات، وعائلات، ونوادي...
- دراسات على انتخابات الرئاسة الأمريكية عام 1940 أكدت أن المناقشات السياسية كان لها أكبر الأثر على قرارات الناس أعلى من التعرض للراديو والصحافة.
- الذين يزيد تعرضهم لوسائل الإعلام يمكن أن يؤثروا في الأقل تعرضًا لها.
- العلاقات يجب أن توضع في الاعتبار.
- بدأت تلك النظرية تبعد جدا عن فكرة المجتمع الجماهيري والنظريات الأولي.

نظريات التأثير غير المباشر:

أ- نظرية التأثير المعتمد على تقديم النموذج:

تقول أن تعرض الفرد لنماذج السلوك التي تعرضها وسائل الإعلام تقدم للفرد مصدر من مصادر التعلم الاجتماعي، مما يدفعه لتبني هذه النماذج في سلوكه اليومي. (الحلم الأمريكي من خلال السينما- فتيات الإعلانات).

ب- نظرية المعنى:

يمكن لوسائل الإعلام أن تقدم معانٍ جديدة لكلمات اللغة، وتضيف عناصر جديدة للمعاني القديمة. وبما أن اللغة عامل حاسم في الإدراك والتفسير والقرارات فإن وسائل الإعلام يصبح لمن ها دور حاسم في تشكيل السلوك بشكل غير مباشر. (الثورة- النكسة -الفتح العربي).

ت- نموذج الحاجات والإشباعات:

وتقول تلك النظرية أن جزءًا هامًا من استخدام الناس لوسائل الإعلام موجه لتحقيق أهداف يحددها الأفراد، وهم يقومون باختيار وسائل إعلامية معينة لإشباع احتياجاتهم مثلما قال مارك ليفي هناك 5 أهداف من استخدام الناس لوسائل الإعلام (مراقبة البيئة- التوجه المعرفي- عدم الرضا- التوجه العاطفي- التسلية).

نظريات الاتصال الإقناعي:

أ- النموذج النفسي:

- يعتمد على نظرية الاختلافات الفردية.
- الرسالة الفعالة هي التي تتمكن من تحويل البناء النفسي للفرد بشكل يجعل الاستجابة المعلنة متفقة مع موضوع الرسالة.
- النموذج هو:الرسالة الإقناعية ------ تغير أو تنشط العمليات النفسية الكامنة.
- تحقق السلوك الظاهر المرتبط بالعمليات النفسية
- خطواتها: 1- وصول الرسالة للشخص، 2- قبوله لها ليفكر فيها، 3- تقييمه للأهداف التي سيحققها من تنفيذه للسلوك، 4- اختيار القيام بالسلوك

ب- النموذج الثقافي الاجتماعي:

- يعتمد على نظرية الفئات الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية
- من الصعب تفسير سلوك الأفراد بناء على المتغيرات النفسية وحدها لأنهم دوماً يتصرفون داخل سياق اجتماعي
- النموذج هو: الرسالة الإقناعية------ تحدد أو تعيد تحديد العملية الثقافية----- تشكل أو تغير معايير السلوك المتفق عليها داخل الجماعة-----
- تحقق تغير في اتجاه السلوك المعلن.
- لابد من مراعاة أن:هناك مجتمعات ذات نظم ثقافية قاسية توجه الفرد وتقدم له بناء كامل للحقيقة، وهناك مجتمعات أخرى على النقيض، تتاح فيها الفرصة أمام الأفراد لتحديد استجاباتهم الخاصة نحو الأفكار الجديدة.

التفسير الشامل لتأثير وسائل الإعلام:

نظرية الاعتماد المتبادل بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع - لابد من وضع ثلاثة عناصر محورية في الاعتبار عند التحدث عن تأثير وسائل الإعلام:

أولا: المحيط العام أو يطلق عليه النظام الاجتماعي،

ثانيا: دور وتأثيروسائل الإعلام في هذا النظام،

ثالثا: مدي علاقة الجمهور بوسائل الإعلام.

استخدام وسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي السائد، وطريقتنا في التعامل مع تلك الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع في الماضي، وبما يحدث في اللحظة التي نستقبل فيها الرسالة.

- تحدث وسائل الإعلام في هذا السياق 3 أنواع من التأثيرات: 1- التأثيرات المعرفية: إزالة الغموض- وضع الأجندة- زيادة نظم المعتقدات القيم والسلوكيات 2- التأثيرات الوجدانية: الحساسية للعنف (حرب الخليج)- المخاوف (إعدام صدام على الهواء) -الاغتراب 3- التأثيرات السلوكية: الحركة والفعل أو فقدان الرغبة في الحركة والفعل وهما من نتاج التأثيرات المعرفية والوجدانية. مهم لاستيعاب دورنا (الإعلان لا يهدف فقط إلى تقديم المعرفة بقدر ما يهدف لإثارة رد فعل أو سلوك) فاروق بن سعدي.4- التأثيرات العقلية.

خصائص الإتصال الجماهيري :

يتضمن علم الإتصال الجماهيري (.. الدراسة العلمية لوسائل الإتصال الجماهيرية، شاملة للرسائل التي تبثها، الجماهير التي تهدف إليها، وتأثيراتها على هذه الجماهير. وتقليدياً شمل الإطار الأكاديمي للاتصال الجماهيري، دراسة كل من الصحافة، الإتصالات السلكية واللاسلكية، الإعلان، العلاقات العامة، وبعض الأقسام الفرعية للإتصال اللفظي، وهذه المجالات عنيت بشكل شائع بالرسائل الموصلة

بشكل مباشر عبر وسيلة – غالباً هي وسيلة إتصال جماهيرية – مثــل التلفزيــون، الراديو، الجرائد، أو المجلات.

والإتصال الجماهيري كعلم هو حديث نسبياً في بنائه النظري بالمقارنة بعلوم إجتماعية وسلوكية مثل علم النفس، علم الإجتماع، علم السياسة، والإقتصاد وحتــى الآن نجد عديداً من الأساتذة والباحثين في المجال ما زالوا يتجادلون حول طبيعتــه ومفهومه وعلميته مع التأكيد المستمر على أنه علم..).

وتعتمد وسائل الإتصال الجماهيري على عدة مقومات أساسية تتمثل في ستة مقومات هي:

1- إعاة الإنتاج: حينما تمكن العلماء من إختراع الألات، امكن إعادة إنتــاج ومضاعفة الرسائل.
2- التوزيع: يعني توصيل الرسالة الى الجمهور حيثما كان.
3- رجع الصدى أو التغذية المرتدة: وهو السلوك الصادر عن المتلقي كــرد فعل على الرسالة.
4- التمويل: ويعتبر التمويل من الخصائص المميزة للإتصال الجماهيري.
5- الغربلة: كون لكل مؤسسة فلسفتها وأهدافها من إيصال الرسالة.
6- التشويش: ففي أية عملية إتصالية يحدث تداخل ما يعيق أو يــؤثر ســلباً عليها.

ومع دخول عصر التكنولوجيا تنوعت وسائل الإعلام الجماهيري فمنها:

1- الوسائل المقروءة: كالجرائد والكتب.. وكل ما هو مطبوع على الورق.
2- الوسائل السمعوبصرية: مثل السينما والتلفزيون.
3- الوسائل المسموعة: وتشمل الإذاعــة المســموعة (الراديــو) والأشــرطة والإسطوانات.

لكل وسيلة من الوسائل التي سبق ذكرها خصائص تميزها:

1- الوسائل المقروءة: وتتميز نقلها بسهولة، وتعطي القارئ فرصة الإنتقاء ما يرغب فيه، ويمكن الإحتفاظ بها، ويستخدم المتلقي حاسة واحدة هي البصر لمتابعتها.

2- الوسائل السمعوبصرية: وتتميز بنقل الصوت والصورة الى المتلقي، ومن ثم فهي تخاطب حاستي السمع والبصر، ويمكن الإحتفاظ بهما ايضا.

3- الوسائل المسموعة: تتميز بمخاطبة السمع، وهي وسيلة لا تكلف المتلقي كثيراً، ورخيصة الثمن عقب إختراع الترنزستور.

وقبل الدخول في مقارنة بين الوسائل المقروءة وبقية الوسائل الأخرى لنلقي نظرة عامة على كل وسيلة منها من خلال مثال لأهم تجسيد لها للتعرف على ملامحها العامة.

1- الصحف (المقروءة):

قوة إجتماعية واقتصادية هامة في المجتمع، وهي قوة رئيسية في تشكيلالرأي العام، وبالتالي تؤثر بشدة على الجهود الوطنية والدولية من أجل التقدم الوطنيوالتفاهم العالمي. وقد تطورت الصحف من ورقة واحدة توزع محلياً إلى إنتاج متعددالصفحات يوزع دولياً.

وقد ظهرت الصحف الأولى في ألمانيا في أوائل القرن الثامنعشر الميلادي. ومع بداية القرن العشرين ظهرت الجمعيات المهنية الصحفية، وبدأ التطورالتدريجي للصحف المملوكة من قبل الشركات المساهمة الكبرى، وتحولت الصحف إلى مؤسسات متكاملة، وظهرت وكالات تجميع الأخبار مثل يونايتد برس UNITED PRESS INTERNATIONAL، وأسوشيتد برس ASSOCIATED PRESS، ورويترز .REUTERS واعتمدت الصحف على مواردها من الإعلان في كل مراحل تطورها، إلا أن التلفزيون استولى على الحصة الأكبر من سوق

الإعلان مما أثر على دخل الصحف التي تداركت الأمر وتمكنت من تطوير أساليبها في إنتاج وإخراج الإعلان، مما أعاد لها قيمتها الإعلانية المميزة.

وجمهور الصحف يتميز بكونه (غير أمي) لكون الصحف تنظر إلى القراء من خلال (مقروئيتها) أي أن القارئالحقيقي في نظرها ليس من يجيد القراءة الهجائية، وإنما هو من يقرأ الصحيفة، وبالذاتمن يشتريها ليقرأها، لأنه في هذه الحالة سيدقق في محتواها باهتمام وتفاعل.

2- التلفزيون (السمع وبصرية):

تعني كلمة تلفزيون المكونة من شقين TELE أي بُعد، VISION أي رؤية، الرؤية عن بُعْد، ويعد إمتداداً طبيعياً للعين، كما ويعد الراديوامتداداً طبيعياً للأذن. ومن أهم خصائص التلفزيون انتفاء الحاجز اللغوي، حيث تصبح الصورة هي اللغة، والصورة بطبيعة الحال تخاطب مختلف المستويات الثقافيةوالإجتماعية، إلا أن هذا الجهاز لا يخلو من ضعف، فهو يُعوِّد المتلقي على السلبية،ويقدم له الخبرة جاهزة، ولا يتيح له فرص التفكير وخوض التجارب بنفسه، كما أنه فرضديكتاتورية التذوق، وخضع لضغوط مؤسسات المال وجماعات المصالح، والنظم المالكة له.

ويمكن للتلفزيون أن يمزج بين قدرات الأداء المسرحي الحي، وإمكانيات الفيلم الميكانيكية، وصوت الراديو، وتوجيه الجمهور، بالإضافة إلى قدراته الإلكترونية الخاصة. وبذلك يمكنه أن يستخدم أفضل الإمكانيات التي توفرت لوسائل الإعلام الأخرى، ويمزج التلفزيون بين الموضوعية والذاتية فيما يتعلق بالجمهور، فبوجود الكاميرا ومختلف الوسائل الإلكترونية، يستطيع كل من الكاتب والمخرج توجيه إهتمامات ومشاعر الجمهور وفق رؤيتهما الذاتية نحو حافز معين.

3- الراديو (المسموعة):

من الوسائل التي تخاطب حاسة واحدة بدرجة عالية الوضوح. ويصنف الراديو بأنه من الوسائل الساخنة التي تنجح في استثارة المستمع وتفاعله مع المادة أو الشخصية المذاعة.

والراديو مثل الصحيفة يدعم الألفــتين المستمع والمحتــوى، لأن منــاخ الاستماع يخلق للمستمع عالماً خاصاً به.. كما أنغياب مشاهدة الوقــائع والأحــداث والاعتماد على ما تنقله الوسيلة، يثير الخيال ليرسم الصورة الغائبة.

ويرى بعض الخبراء أن جمهور الراديو ليس متنوعــاً كجمهور التلفزيــون، فعندما اختفت شبكات الإذاعة الشبيهة بشبكة محطات التلفزيون الحالية بسبباستحواذ التلفزيون على أغلب النجوم والبرامج الجذابة، اختار الراديو التجزئة إلىمحطــات تخاطب جماهير محلية لكي يحافظ على بقائه.وقامت المحطات بشكل منفردبتطوير أنماط معينة من البرامج الموجهة إلى مجموعات مستهدفة من المستمعين .

من أبرز أوجه المقارنة بين وسائل الإتصال المقروءة وغيرها من الوسائل.. الأتي:

1- الوسائل المقروءة أقدر على الإحتفاظ بالمعلومات لأطــول مــدة ممكنــة، والإستفادة منها مستقبلاً كمصدر للمعلومــة ومراجعتهــا، بســهولة ودون تكاليف، بعكس الراديو مثلا الذى يحتاج الى تقنية خاصة من أجل الإحتفاظ بمواده.

2- تعتبر المطبوعات هي وسيلة الإعلام الوحيــدةالتي يســتطيع القــارئ أن يعرض نفسه عليها في الوقت الذي يناسبه ويتفق مــع ظروفــه، بعكــس التلفزيون أو الراديو أو السنيما التى تفرض هي التوقيت ونوعية الرسالة.

3- تمتاز المطبوعة بصغر الحجموعدم الحاجة للتزود بالطاقة مثلا.. مما يسهل عملية إصطحابها والإستمتاع برسالتها بيسر، بعكس الوسائل الســمعية أو البصرية التى تتطلب ــ غالباً ــ التزود بالطاقة، ومســاحات أكبــر، ممــا يجعلها صعبة النقل.

4- تستخدم المطبوعات بنجاح أكثر مع الجماهيرالمتخصصة، مثــل جمهــور العمال والفلاحين أو المعلمين أو طلبة الجامعة إلى غيــر ذلــك، بعكــس الوسائل السمعية أو البصرية التى غالباً ما تكون رسائلها مختلطة ومتنوعة.

5- تسمح المطبوعات لمساهمة أكبر من جانب جمهورها بدرجة تفوق مساهمة جماهير وسائل الإعلام الأخرى، وذلك لأنالمطبوعات لا تواجه جمهورها بمتحدث يسمعه كما يفعل الراديو، أو يشاهده كما في التلفازأو العرض السينمائي، ولهذا تسمح المطبوعة بحرية أكبر في التخيل، والتفسيرات.

6- تعتمد الوسائل المقروءة على حاسة البصر لإستقبال رسالتها المتمثلة فى الكلمات والصور.. مما يجعلها متاحة حتى فى وجود أخرين فى ذات المكان، بعكس وسائل الإتصال السمعية أو البصرية التى تحتاج لإستقبال رسالتها الى حاستي السمع والبصر.. مما يجعل إستقبال رسالتها فى مكان مكتض إما أن يسبب إزعاج للأخرين.. أو يشوش وجودهم على إستقبال الرسالة.

أما من حيث الجمهور فغالباً ما تقسم وسائل الإتصال الى أنواع بالنظر الى حجم المشاركين فى عملية الإتصال.. والتى تبدأ بالفرد وتنتهي بالمجتمع كله، من هنا يمكن أن يقسم الإتصال (.. الى عدة أنواع منها:

1- الإتصال الذاتي: يتم بين شخص واحد.

2- الإتصال بين شخصين: وهو الإتصال الثنائي بين شخصين.

3- الإتصال بين الأشخاص: وهو الذى يتم بين مجموعة من الأفراد كالأسرة أو الأصدقاء.

4- الإتصال بين الجماعة ذاتها: وهو يتم بين جماعة محددة مثل جماعة العمل أو النادي.

5- الإتصال بين الجماعات: وهو إتصال يتم بين أكثر من جماعة. مثل إتصال الأندية الرياضية.

6- الإتصال التنظيمي: وهو الإتصال الذى يتم داخل أو بين المؤسسات والمنظمات المختلفة.

7- إتصال بالجمهور: وهو إتصال يشمل جمهوراً في حجمه أكبر من الجماعة، وغير متجانس مثل زوار المسرح، أو مشاهدي كرة القدم، أو مستمعي الندوات الجماهيرية.

8- الإتصال الجماهيري: وهو الإتصال الذى يستخدم وسائل الإعلام الجماهيري لمخاطبة أفراد المجتمع.).

وهناك خصائص اخرى هي:

أ. انتشار الاتصال الجماهيري عبر الزّمان والمكان:

يمضي الإنسان يومه متحدثاً ومتحدثاً إليه وكاتباً وقارئاً للحديث والقديم، ومستمعاً ومستجيباً للعديد من الرموز الثقافية المحلية والعالمية. لهذا، يوجد الاتصال الجماهيري في كل مكان وكل لحظة ولا غنى عنه. من هنا يعبّر الاتصال الجماهيري عن الأوضاع القائمة والبيئة المحيطة والثقافة المميزة لشعب معين، أو المناخ الثقافي، الذي يعبر عن حقيقة المجتمع وأوضاعه.

ب. الاشتراك والمشاركة في المعنى:

إن الاتصال، بوجه عام، والجماهيري، بوجه خاص، هو نشاط له هدف ومعنى. وهو فعل خلّاق يبادر به الإنسان ويسعى فيه نحو تمييز المنبهات وتنظيمها، بحيث يتمكن من توجيه ذاته في بيئته وإشباع حاجاته المتغيرة. فقيام الإنسان بالاتصال هو عملية تحويل للمنبه الخارجي، من حالة مادة أولية أو خام إلى معلومات ذات معنى وهدف. لذا، يمكن القول إن هذا الفعل الخلّاق، الذي يتمثل في إيجاد المعنى يقوم بوظيفة التقليل من غموض هذا العالم. وبناءً على ما سبق يمكن القول إن الاتصال الجماهيري يسهم في تقليل غموض العالم المحيط بنا.

ت. قابلية الاتصال الجماهيري للتنبؤ به بدرجة من الاحتمال :

أكدت الأبحاث العلمية أن الذي يحدث عندما تصل رسالة معينة من مصدر محدد، إلى جمهور معين، فإن الأمر يُعد مسألة قابلة للتنبؤ بآثارها، بدرجة مناسبة من الاحتمال.

ث. وجود جمهور كبير الحجم تصل إليه الرسالة الاتصالية.

ج. احتمال تأخر الاستقبال: إذ تنتقل الرسالة عبر واسطة تتأثر بعوامل متعددة.

ح. صعوبة تحقيق مراقبة متبادلة أو تفاعل متبادل، بين المُرسل والمستَقبِل.

خ. صعوبة الحصول على معلومات عن المستقبلين.

وسائل الاتصال الجماهيري:

الاتصال: هو عملية نقل المعلومات من شخص لأخر. وهي العمليـة التـي تتضمن مرسل ومستقبل ورسالة ووسيلة ورجع صدى مرة أخـرى فـي بعـض الأحيان.

مكونات نموذج الاتصال (مرسل – رسالة– مستقبل– تشويش– وسيلة– رجع الصدى).

أنواع الاتصال: 1– ذاتي 2– شخصي 3– جمعي 4– جماهيري

– الاتصال الغير جماهيـري يمكن أن يتضمـن:

1– الحديث 2– الإشارات 3– الاتصالات التليفونية 4– الرسـائل البريديـة 5– بعض استخدامات الانترنت 6– الوسائط المتعددة التفاعلية.

– الاتصال الجماهيري :

هو عملية اتصال تقوم بها هيئات أو أفراد بهدف الوصول إلى عدد كبير جدا من الناس باستخدام وسيط مادي مستخدمة ما يعرف بوسائل الاتصال الجماهيري أو (وسائل الإعلام). وقد تزايدت وسائل الاتصال الجماهيـري مـع تقـدم الـزمن: 1 –الجرائد 2– الإذاعة 3 –التليفزيون 4– الانترنت 5– السينما 6– الانترنـت

7 -الشرائط بأنواعها (فيديو - كاسيت....) Pod-cast 8 -خليط من كلمة -Pod) (Broadcast والإعلام الجديد (الوسائط المتعددة).

- أهداف الاتصال الجماهيري (محتوى الرسالة) What, who, when, where, why, and how? (إعلام (ماذا)- تحليل (كيف)- نقد(لماذا)- ترفية- حث على سلوك (الدعاية).

- عوامل أصبحت تؤثر على الاتصال الجماهيري - ثورة المعلومات - ثورة الاتصالات - الهيمنة الأمريكية - الاتصال والدعاية[/b]

[B]الاتصال الاجتماعي:

هو ذلك الاتصال الذي يهدف الى معالجة كافة المشاكل الاجتماعية عن طريق استخدام جميع انواع للرسائل الاتصالية قصد تغيير الواقع السلبي نحو الافضل.

انواع الرسائل:

الرسائل الفكاهية: تلك الرسائل التي تتضمن حملة اعلامية في قالب فكاهي قصد معالجة قضية اجتماعية منتشرة.

الرسائل المخيفة: تلك الرسائل التي تحمل في طياتها اسلوب مخيف قصد ردع الجمهور للتخلي عن سلوك معين.

الرسائل الدرامية: تلك الرسائل التي تعالج قضايا اجتماعية حيث تكون الحملة ذات طابع سينمائي قصير.

اساليب الاقناع:

ثلاثة اساليب وهي:

السلطان: هو محاولة فرض الراي بالقوة.

الامتثال: هو محاولة جعل الراي يتماثل مع راي الجماعة.

الاقناع: هو محاولة اقناع الاخرين عن طريق اسلوب الحجج.

الاتصال الجماهيري مقدمة في الاتصال الجماهيري – الفصل الأول

مقدمة: تطورت وسائل الاتصال الجماهيري في مرحلتين رئيسيتين همـا المرحلـة القديمة للتي أخذت الاف للسنين و المرحلة الحديثة التي تمثلت بـاختراع الطباعـة على يد العالم جوتنبرغ في منتصف القرن الخامس عشر الميلادي.

لشرح نشأة عملية الأتصـال (لعملية الاتصال بعد تاريخي):

1- في البداية استخدم الانسان الاصوات والاشارات للتواصل مع الاخرين.
2- اختراع اللغة واستخدام الرموز والرسوم والرموز المجردة.
3- استخدام النقوش والرسوم على الجدران الكهوف.

شهدت عملية تناقل المعلومات و تدوينها مراحل عديدة و ابتكارات متتالية منها:

1- اختراع حروف الكتابة.
2- استخدلم أوراق البردي والجلود والورق.

علل: بقي انتشار المعرفة محدودا حتى منتصف القرن الخامس عشر حين تم اختراع للمطبعة عن طريق جوتنبرغ؟ لأن توزيع الكتب انحصر على فئة معينة من الناس كأصدقاء الكاتب واعضاء الكنيسة.

كيف اسهمت الالة الطابعة بشيوع الثقافة؟ باسـتخدامها بطباعـة النشـرات والصحف والمجلات و التي توزعت على جميع الفئات وفي كافة البلدان.

كيف بدأ عهد عصر الاتصال الجماهيري؟ أختراع الانسان وسائل الاتصال الجماهيري كالتلغراف والة التصوير والاتصال السلكي وكانت تلك بداية عصر الاتصال الجماهيري.

اشرح كيف بدأ عصر الاتصال الجماهيري؟

1- في القرن التاسع عشر تمكن الأنسان من اختراع وسائل اتصال جماهيري جديدة مثل التلغراف والة التصوير.
2- في نهاية القرن التاسع عشر اخترع الانسان السينما وفي بداية العشرينات اخترع الانسان الراديو.
3- في أواخر الثلاثينيات من القرن العشرين اخترع الانسان التلفاز.
4- في الستينات من القرن العشرين اخترع الإنسان القمر الصناعي ثم اخترع الانسان فيما بعد الحاسوب وكان ذلك بداية عصر الاتصال الالكتروني.

تعريف الاتصال العام: الاتصال هو تبادل الاراء و الافكار و المعلومات بين الافراد.

اشرح معنى التأثير بالاتصال بمثال: (المثال) يؤثر الخبر الجديد في معلوماتك كخبر ان السماء ستمطر غدا أو أن تسمع خبرا مفرحا أو محزنا فيؤثر في نفسيتك.

تعريف الاتصال كعملية تبادل و مشاركة: هو عملية نفسية اجتماعية ضرورية للانسان تتم عبر تبادل المعاني بين الافراد في المجتمع عبر نظام مشترك من الرموز و تكون الرموز متفق و متعارف عليها بين أفراد المجموعة.

أعط مثالا على الاتصال كعملية تبادل مشتركة: (المثال) البث التلفزيوني شكل من أشكال الاتصال بالجماهير و الذي يضم في محتواه الدعاية والاعلان والتعليم والترفيه.

فسر الحاجة للأتصال (أو يمكن ان يكون السؤال بالطريقة التاليـة (ركـزت تعاريف الاتصال على عدة نقاط أذكرها) حيث أن الحاجة للاتصال ونقاط التعاريف ذاتها:

1- ان الاتصال حاجة نفسية و اجتماعية يتفاعل معها الانسان.

2- يحتاج الانسان للانتماء لمجموعة كتبادل الرموز ليطمئن.

3- الحاجة لتوكيد الذات حيث يحتاج الانسان للتأثير بالاخر.

4- نقل الملعومات.

5- الاتصال عملية أساسية للحياة الاجتماعية.

ما هي الاسباب التي أعاقت وجود تعريف واحد للاتصال:

1- ان الاتصال كعلم يتداخل مع أكثر من علم.

2- علم الاتصال علم حديث.

3- تعتبر ظاهرة الاتصال من الظاهر الاجتماعية المعقدة.

4- كان لتطور التكلونوجيا دور في غياب التعريف الموحد للاتصال.

من عناصر عملية الاتصال (1) المرسل (2) الرسالة (3) المستقبل

من مكونات عملية الاتصال (1) مرسل (2) رسالة (3) مستقبل

نموذج شانون:

مخطط نموذج شنون

من خصائص نموذج شانون وويفر:

1- لا يأخذ بالعلاقة بين المرسل والمستقبل.

2- لا يأخذ بعين الاعتبار بالخلفيات الاجتماعية والثقافية للمرسل والمستقبل.

3- لا يأخذ بالظروف المحيطة بعملية الاتصال كالفرح والحزن.

من سلبيات نموذج شانون وويفر:

1- خطي بسيط و غير دقيق لأنه يصف الاتصال بأنه عبارة عن عدة مراحل تبدأ من نقطة و تنتهي بنقطة في حين ان عخملية الاتصال أكثر تعقيدا.

2- في الاتصال المباشر مثلا يتحول المستقبل بدوره الى مرسل و لذلك لا يمكن هنا القول بأن الاتصال خطي.

كيف تتم عملية الاتصال حسب شانون وويفر:

1- مثير داخلي يتحول لفكرة داخل عقل الانسان.

2- ترميز الفكرة الى في رسالة.

3- نقل الرسالة.

4- فك رموز الرسالة من جانب مستقل في صورة أفكار.

5- فهم الرسالة من جانب المستقبل.

من الخطوات التي قوم بها المرسل في نموذج شانون وويفر:

(1) اتخاذ قرار الاتصال (2) الترميز (3) النقل

من الخطوات التي قوم بها المستقبل في نموذج شانون وويفر:

(1) استقبال الرسالة (2) فك الترميز (3) الفهم أو الاستيعاب

من الانتقادات الموجهة الى نموذج شانون وويفر:

1- معظم عمليات الاتصال المباشر تتضمن عمليات تبادلية بين الطرفين وبالتالي لا يمكن أن يكون النموذج خطي.

2- كل المعاني ينقلها طرف الى الطرف الاخر يتأثر بالعلاقة بينهما.

3- الظروف المحيطة تؤثر في الموقف الاتصالي.

4- ان نموذج شانون خطي بسيط وغير دقيق ولا يأخذ بعين الاعتبار عملية الاتصال و تعقيداتها.

يقسم الاتصال الانساني الى مستويات رئيسية وهي:

1- الاتصال الذاتي: و يعتمد على اكتساب الانسان للخبرات.

2- الاتصال الشخصي : هو الذي يتم بين شخصين أو ثلاثة.

3- الاتصال داخل الجماعة: كالاتصال داخل الاسرة.

4- الاتصال المؤسسي: كالاتصال الذي يحدث داخل المؤسسة.

5- الاتصال الجماهيري.

من أهداف الاتصال بالجماهير:

(1) الدعاية (2) الاقناع (3) التأثير (4) الاعلام (5) التحريض (6) التضليل (7) التثقيف.

عناصر الاتصال الجماهيري:

1- المرسل: المرسل بالاتصال الجماهيري يمكن أن يكون أكثر من شخص.

2- المنظمة الاعلامية: وهي الفلسفة التي يسير عليها الحرب الحاكم.

3- الاعلاميون: وتعني الذي يعملون بالاجهزة الاعلامية كالمخرجين والمصورين ومعدو للبرامج ومقدمي البرامج.

من خصائص الجمهور في الاتصال الجماهيري:

(1) مختلفين بالثقافة (2) منعماوالين عن بعضهم (3) تجمعهم كبير (4) لا يعرفون بعضهم (5) لا يعرفون القائم بالاتصال (6) غير مدرك لذاته.

لماذا يعتبر الاتصال الشخصي من أقوى أنواع الاتصال:

(1) محدودية الافراد (2) يؤثر المتحاورون على أنفسهم بالاشارات (3) نسبة التشويش قليلة (4) لمتلاك للمتحاوين معلومات عن بعضهم (5) رجع الصدى عاجل.

من خصائص الاتصال الجماهيري:

(1)المرسل هو هيئة أو منظمة (2) الرسالة عامة (3) المتلقي الاول عبــارة عــن جهاز (4) المتلقي الثاني عبارة عن جمهــور (5) رجــع الصـــدى لــيس فوريـــا (6)التشويش أكبر.

من الوظائف العامة للاتصال الجماهيري:

(1) مراقبة مجريات الأحداث (2) تجميع الاخبار (3) التثقيف (4) الاعلان والبيــع (5) التسلية والترفيه.

كيف يمكن أن تكون وسائل الاتصال الجماهيري سلاح ذو حدين؟

- تكون ايجابية اذا استخدمت في نشر العلم و المعرفة والتثقيــف والترفيـــه ونشرب الملعومات.
- تكون سيئة اذا استخدمت بنشر الفتن الطائفية والتفريق بين الشعوب ونشر المشاكل والاشاعات.

من الوسائل التي نستطيع من خلالها التمييز بين وسائل الاتصال الجماهيري:

الاساس التكنلوجي (2) حسب سخونة الوسيلة و برودتها (3) وسائل تسلية ووسائل معلومات.

يمكن التمييز بين وسائل الاتصال الجماهير عن طريق الأساس التكنولــوجي ووفقا لهذا تنقسم وسائل الاتصال الجماهيري الى ثلاث أقسام و هي:

1- وسائل الأتصال الجماهيري المطبوعة: كلصحف لتـــي تســـتخدم ومســائل الطباعة.
2- وسائل الاتصال الجماهيري الالكرتوني: أي الوسائل التي تستخدم تكنولجيا الالكرتونيات.
3- وسائل الاتصال الجماهيري الفتوغرافية: يطبق عليها ايضا وسائل الاتصال الكيميائية و هي تعتمد علة أجهزة التصوير.

جدول المقارنة بين وسائل الاعلام الساخنة و الباردة:

لماذا لا يعتبر التلفون و الفاكس من وسائل الاتصال الجماهيري لأنه المستقبل للرسالة في كلتا الجهازين يكون غالبا شخصا واحدا وهي رسالة تحمل صفة شخصية ترسل من فاكس لى أخر أو هاتف الى أخر وليست جماهيرية.

اشرح كيف تتم عملية الأتصال:

(1) يتم وضع المعاني في رموز من جانب متخصصين في انتاج المواد الاعلامية (2) ننقل الرسالة عبر التكنولوجيا الخاصة لنشرها (3) الاستقبال ويكون عن طريق الجمهور عبر التلفاز أو الراديو أو الصحف (4) يقوم المستقبلون للرسالة بفهم الرسالة.

معوقات الاتصال (من أهم الاسباب التي تعيق الاتصال):

التباين في مستوى الادراك: الاختلاف بالمستوى الثقافي والفكري للجماهير.

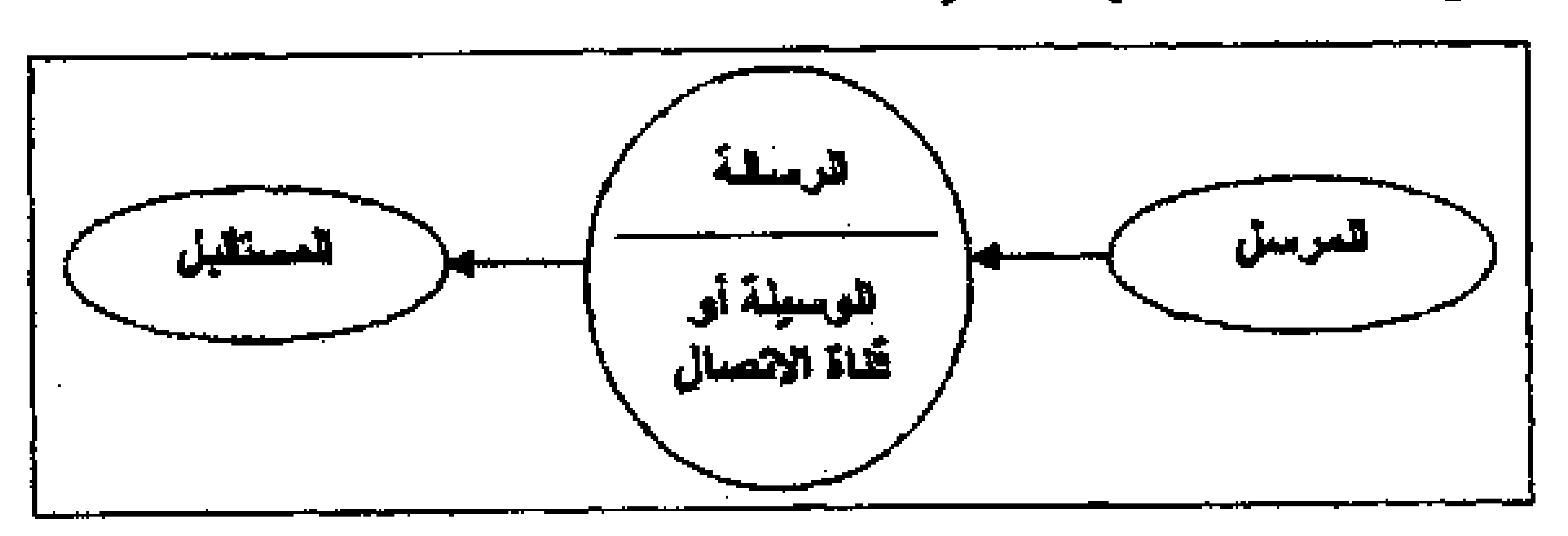
الفصل الثاني

نماذج الاتصال

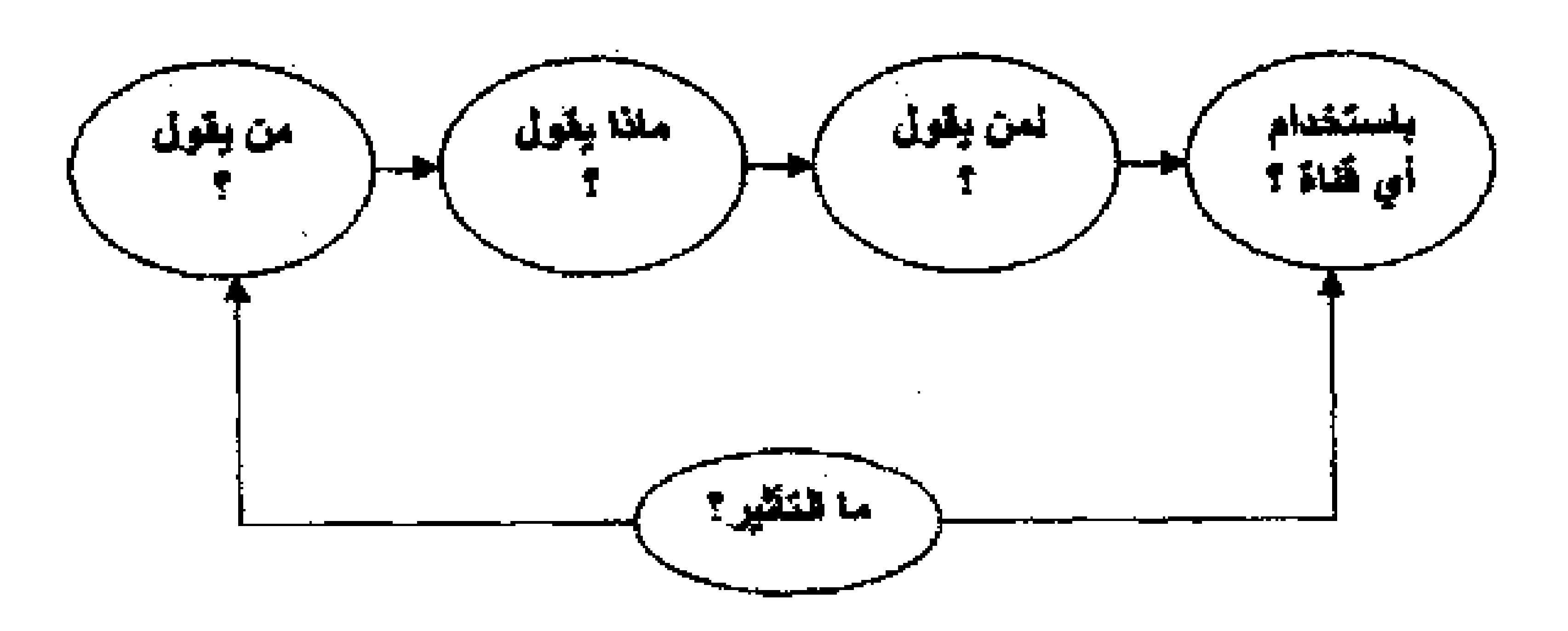
نماذج الاتصال

أنواع النماذج الاتصالية:

نموذج الاتصال التعليمي التقليدي:



نموذج لاسويل للاتصال:



طبيعة النماذج الاتصالية:

بالرغم من وجود اختلافات بين النماذج الاتصالية من حيث حجمها واختلاف التغيرات التي تظهرها أو تؤكدها, لكن هذه الاختلافات يعتبرها علماء الاتصال سطحية غير مهمة فالأمر المهم عند المقارنة مابين النماذج هو تصنيفها يقع بشكل عام من خلال مايلي:

أولاً – النماذج البنائية: وهي النماذج التي تظهر الخصائص الرسمية للحدث أو للشيء أي المكونات وعدد وحجم وترتيب الأجزاء المنفصلة للنظام أو الظاهرة التي تصنفها.

ثانياً – النماذج الوظيفية: وهي النماذج التي تقدم لنا صورة عن طبقة الأصل للأسلوب الذي بمقتضاه يعمل النظام وتفسر الطبيعة القوى أو التغيرات التي تؤثر على النظام أو الظاهرة.

ملامح النماذج الاتصالية:

أولاً: كل نموذج يمثل فكرة مستقلة (نظرية – مبدأ) وتتأثر بالدرجة الأولى باتجاه البحث والدراسة.

ثانياً: إذا كان هناك اتفاق في معظم النماذج على تحديد العناصر وعلاقتها ببعضها، واتجاه حركة هذه العلاقات، إلا أنه في مجال دراسة اتجاهات التأثير يفضل عدم الاكتفاء بنموذج واحد، بل من الأفضل دراسة النماذج في إطار متكامل.

ثالثاً: إذا كانت النماذج الخاصة بعملية الاتصال من منظور علم النفس، أو علوم اللغة وعلم النفس اللغوي بالدرجة الأولى باتصال مواجهي أو اتصال الجماعات الصغيرة، وكذلك النماذج التي يقدمها علماء الاتصال بالجماهير تهتم بوسائل الإعلام وجماهير المتلقين بالدرجة الأولى، فليس هناك مايمنع من استخدام النماذج الأولى كقاعدة أولية لبناء نماذج الاتصال في عملية الاتصال بالجماير والإعلام.

رابعاً: أن إعداد النماذج يتم بصورة أساسية لتوضيح الظاهرة أو حدث معين أو لكي تعاون أو تساعد الباحث على التنبؤ أو لمجرد التفسير.

شرح نماذج الاتصال:

تعتبر عملية الاتصال تفاعلاً بين البشر والوثائق – الآلات – الطبيعة كما عرفنا سابقاً (وقسمت الاتصالية إلى أجزاء صغيرة (parts) أو إلى عناصر

ومتغيرات تتمثل بالعلاقة بين المرلسل والمستقبل) ومدى الاستقبال (التأثير) ولتسهيل تصور عملية الاتصال وضعت في نماذج متنوعة هدفها تنظيم وترتيب هذه العناصر مع بعضها البعض بالإضافة إلى إظهار العلاقة فيما بينها وتعتبر هذه النماذج تصويراً للعناصر الرئيسية التي تدخل في عملية الاتصال. قبل دراسة النماذج الموجودة لابد أن نحدد فوائد استخدام هذه النماذج التي يمكن أن نوصفها في:أنها تزودنا بصورة جزئية عن أشياء كلية هذه الأشياء من الصعب إدراكها بدون (النماذج) التي هي عبارة عن خرائط تفصيلية للمعالم الأساسية لعملية الاتصال. إعداد النماذج في شرح وتحليل العمليات الاتصالية المعقدة أو الصعبة أو الغامضة بطريقة مبسطة فهي ترشد الباحث إلى النقاط الرئيسية لعملية الاتصال تساعد في عملية التنبؤ بالنتائج أو بمسار الأحداث في عملية الاتصال وهذا الأمر يساعد في عملية وضع فرضيات البحث.

حتى يومنا هذا يوجد العديد من النماذج الاتصالية نوضح أهمها:

*** نموذج لاسويل للاتصال lasweus model of communtion**

وضعه العالم السياسة الأمريكي (هارلد لاسويل) عام 1948 وقال إن الطريقة المناسبة لوصف عملية الاتصال وذلك بالإجابة على الأسئلة التالية:

من المرسل who sender

ماذا يقول الرسالة message says what

في أية قناة الوسيلة in which channel medium

لمن المستقبل to whom receiven

التأثير EFFECT :

ونلاحظ أن لاسويل اهتم بتأثير العملية الاتصالية على المستقبل وذلك لأن تركيزه انصب على دراسة وتحليل محتوى الدعاية الأساسية والرأي العام في أمريكيا إلا أن هذا النموذج انتقد كثيراً بسبب:

1- يقول لاسويل من البديهي أن للمرسل هدف للتأثير على المستقبل.

2- يفترض أن الرسائل الاتصالية دائماً لها تأثير.

3- المبالغة في عملية التأثير على الاتصـــال الجمـــاهيري بســـبب اهتماماتــه أساسية.

ويمكن استخدام هذا النموذج وتطبيقه في تحليل الدعاية السياســـية وأثرهـــا على الرأي العام وخاصة في تحليل الحروب النفسية وفي عملية الإعـــلان التجاري.

4- حذف عنصر أساسياً وهو عنصر الاستجابة أو التغذية الراجعة من نموذجه فالاتصال لديه يسير في اتجاه واحد من المراسل إلى المستقبل ليحقق تأثير ما. وهذا يعكس تاريخ وضع هذا النموذج الذي يعد من أوائل النماذج.

* **النموذج الدائري: لاسجود وشرام**

The osgeed and schramm circulan model

وضع النموذج عام 1959 ويتكون من العناصر التالية: المرسل – الرسالة – المستقبل. كما يبين النموذج تماثلاً أو تساوياً بين سلوك المرســـل والمســـتقبل مـــن خلال عملية الاتصال ويعتمد كل من شرام و أسجود على دراسة ســـلوك المرســـل والمستقبل في تفسير عملية الاتصال كما يلي:

حيث يقوم المرسل بتحويل الأفكار إلى رموز ويصوغها في رسالة ويحولهـــا قد تكون الرسالة مكتوبة او ناطقة او إشارة إيمائية (اليد – العين).

والرسالة لديه عبارة عن رمز واحد أو مجموعة من الرمز وقد تكون كلمـــة إذاعية أو تلفزيونية أو مقالة أو جريدة أو حتى شفرة عسكرية، إشارة خـــط شـــكل كتاب. أما للمستقبل الذي يستقبل الرسالة ويحولها إلى رمز ويفسرها حتـــى يفهـــم معناها أما عملية الاتصال هنا تتم فكرة ما توجد في ذهن المؤلف (المرسل) يريد أن يوصلها إلى المستقبل أو حتى يشاركه فيها فيقوم بتحويلها إلى رمـــز علـــى شـــكل

كلمات منطوقة أو مكتوبة أو إشارات يضعها في رسالة للمستقبل الذي يستقبلها فيحولها أيضاً إلى رموز أو حتى يقوم بترجمتها ويفسرها ليفهم معناها وبناء على فهم المستقبل للرسالة يرد على المرسل على الشكل التالي:

يضع المستقبل فكرته أو مشاعره في رموز فيضع رسالة جديدة يرسلها للمرسل الأصلي (المستقبل الجديد) الذي بدوره يحولها إلى رموز بعد تفسيرها أو ترجمتها ليتمكن أيضاً من فهمها.

مما تقدم نرى أن نموذج اسجود وشرام يقوم المرسل والمستقبل بنفس الوظائف الاتصالية في بداية العملية الاتصالية ونهايتها وكل من المرسل والمستقبل يتبادلان الأدوار.

كما يتضح من هذا النموذج أن كل من دور المرسل والمستقبل متساوية وبشكل محدود وأن وظيفة صياغة الأفكار في رموز متشابهة لإرسال الرسالة ووظيفة تحويل الرسالة إلى رموز متشابهة للاستقبال.

كما يمكن أن يستخدم هذا النموذج في وصف الاتصال الشخصي بأكثر منه في حالة الاتصال الجماهيري لأنه يقوم بدراسة المرسل والمستقبل وكيفية تبادل الرسائل بينهما.

*** نموذج روس: ross model**

وضع روس هذا النموذج عام 1965 ويحتوي على عناصر أساسية تشبه إلى حد ما عناصر نموذج لاسويل. فيها يوضح روس أن عملية الاتصال تتأثر بمشاعر واتجاهات ومعلومات كل من المرسل (المصدر – مفسر) والمستقبل (محلل ومفسر الرسالة) فإذا ما كانت الرسالة المرسلة غير دقيقة فإن المستقبل لا يستطيع أن يفسرها وحتى فهمها بشكل دقيق وسبب ذلك أن الرسالة الواصلة إلى المستقبل مختلفة عن الرسالة الأصلية التي أرسلت من قبل المرسل.أما قنوات الاتصال فتتمثل بقنوات الحواس الرئيسة لدى الإنسان المعافى وهي "سمعية – بصرية –

شعورية (احساس)"، وتكون الرسالة على شكل (رموز- لغة - صوت) مشاعر اتجاهات معلومات رموز لغة صوت مشاعر اتجاهات معلومات.

مما تقدم نجد أن الاتصال يسير باتجاهين كما يؤثر بالجو العام الذي تحدث فيه عملية الاتصال كونها عملية مستمرة،متغيرة، دنماميكية والاتصال هو عبارة عن تفاعل اجتماعي بين للناس يتأثر بأحوالهم وثقافتهم وبيئتهم.

* نموذج شانون و ويفر: shannon and wever model

وضع شانون هذا النموذج حين كان يعمل في شركة بل الأمريكية للهاتف هو ومساعده ويفر عام 1949، فيه نجد أن عملية تسير في طريق واحد وحدد ثلاث خطوات لسير عملية كما نوه إلى عنصر التشويش الذي يعيقها على الشكل التالي:

للخطوة الأولى في الاتصال هي مصدر المعلومات الذي يقوم بإنتاج رسالة أوسلسلة رسائل اتصالية بعدها يتم تحويل الرسالة الاتصالية بواسطة إشارات إلى جهات البث أو الارسال بحيث تتناسب مع طبيعة القناة إلى جهاز الاستقبال على أن تكون وظيفة الثاني على عكس الأولى لأن جهاز الإرسال يحولها إلى إشارة الكترونية بينما الاستقبال يحولها إلى رسالة اتصالية.

لنقل بالنهاية الرسالة إلى وجهتها،بالأضافة إلى المشاكل التي تتعرض لها الرسالة الاتصالية من تشويش ويحصل ذلك عند مرور عدة إشارات عبر نفس القناة وفي نفس الوقت الأمر للذي يؤدي إلى اختلافات بين الإشارة المبثوثة والواصلة إلى المستقبل أو إلى الجهة المرجوة إلى المستقبل...إلا أن هذا النموذج تم نقده بسبب عدم احتوائه على عنصر التغذية الراجعة أو الاستجابة وتسير في طريق واحد إلا أن الأمر الآن تغير بتغير وسائل الاتصال... استخدم النموذج علماء للمعلومات واللغة والسلوك.

• نموذج ديفلور defleur's model

الذي يعتبر تطوير النموذج شانون قدمه ديفلور عام 1966 ويتم الاتصال على الشكل التالي كما يناقش ديفلور مدى التطابق بين الرسالة المنتجة بين المصدر والرسالة الواصلة إلى المستقبل حيث تمكن من ملاحظة أنه أثناء عملية الاتصال يتحول المعنى الموجود في ذهن المرسل إلى رسالة اتصالية ومن ثم يقوم جهاز الإرسال بتحويلها إلى معلومات التي تمر عبر قناة قد تكون جماهيرية لتصل إلى المستقبل الذي يقوم بتحويلها كرسالة اتصالية.

و تقسم مستويات الاتصال الى ثلاثة مستويات وهي:

1- مستوى الفرد.

2- مستوى الموضوع.

3- مستوى لغرض.

على مستوى الفرد:

وهو أنواع:

أولا - الاتصال الذاتي:

وهو العملية الاتصالية التي تتفاعل وتأخذ مكانها داخل المرء نفسه وذاته فهذا النوع من الاتصال لا يحتاج الى شخصين مرسل ومستقبل.

ثانيا - الاتصال الشخصي:

وهو الاتصال الذي يكون بين شخصين أو فرد وآخر أو بين مجموعة قليلة من الأفراد.

ثالثا - الاتصال الوسيط:

وهو أحد أنماط الاتصال يتم بين نوعين من الاتصال، الاتصال المواجهي والاتصال الجماهيري.

رابعا - الاتصال العام:

وهو وجود الفرد مع مجموعة من الأفراد.

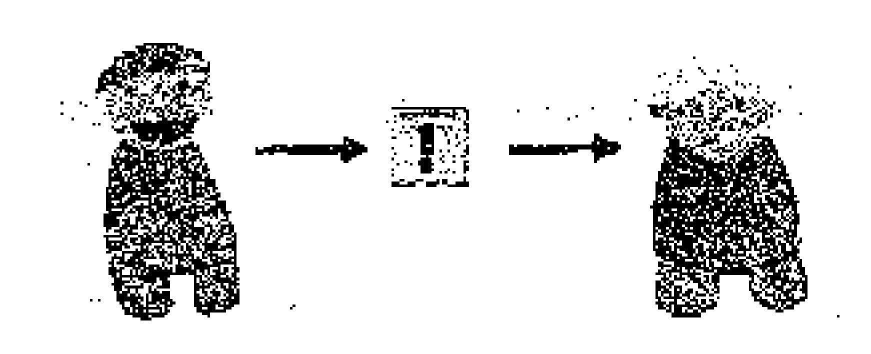
خامسا - الاتصال الجمعي:

ويحدث هذا الاتصال بين مجموعة من الناس.

النماذج الخطية:

تعريف عام:

انتشرت النماذج الخطية بعد الحرب العالمية الأولى، هذه النماذج غالبا ما تسمى بال "الحقنة" أو ب"إطلاق الرصاصة". وطريقة هذا النموذج أن المعلومات تذهب بشكل مباشر إلى الجمهور المتلقي. ومن أهم العناصر التي تستخدم للعملية الاتصالية هما: المرسل والرسالة. ويرى أن المجتمع يتأثر بشكل سريع والقت التسمية على هذا الجمهور ب"جمهور سلبي".العالم الذي اخترع هذا النوع من النموذج هو العالم هارولد لاسويل. في عام 1927 كتب هذا العالم حول تكتيكات الدعاية وتحدث عن الظاهره التي كانت تتحقق في السابق عن طريق العنف والقهر ولكن الآن يمكن أن يكون عن طريق الإقناع. ظن العالم لاسويل أن الشخص يتأثر بشكل سريع من وسائل الإتصال(الإعلام) كالإبرة تماما أو الرصاصة أو الحقنة. وأصبح يوجد نهوض كبير في علم الدعاية والتي تؤثر بشكل مباشر. القى انتباه الأمريكان مخاطر هذا الحقل من حقول الإتصال فقاموا بتأسيس معهد ليقومو بتحليل الدعايه في عام 1938 بعد استدراكهم مدى التأثر الكبير لدى الناس وسهوله إقناعهم. هذا النموذج الخطي يرى أن للمرسل قوة كبيرة في التأثير بعقول الناس وتحدد اتجاهات الناس بالطريقة التي يريدها. الجماهير عباره عن "كائنات سلبية ومنفصلة" يتصرفون بشكل مماثل ولكن التباين بين الأفراد والجماعات وتصنيف الناس في علم الاجتماع وفق (نظرية التصنيف) إلى عدة فئات. توصل الأمر أن الناس مختلفون بحسب الدرجة المعرفية لديهم. فأصبحت عملية تلقيهم الرسالة الإعلامية بشكل متباين. وينسحب الأمر على عملية التأثير.



النماذج المركزة على المعنى- تعريف عام + التركيز على مفهوم المعنى الدلالي:

حتى يكون لدينا إتصال ناجح فيجب أن نركز هنا على أهمية عملية الترميز من المرسل والمستقبل, ويقصد بالترميز إمكانية صياغة المعنى المراد به من قبل المرسل في رموز تعبر عن هذا المعنى للمستمع, فاللغة ليست فقط أداة تنقل المعلومات بل تتعدى ذلك في كونها مثير ومنبه للأشخاص حتى يحققوا الإستجابة المطلوبة, وتكمن أهمية هذا المنبه في معناه وما يراد به منه و يسمى باللغة العربية بدلالة الرموز و بالإنجليزية تسمى ب , semantic لذلك نرى أن علماء اللغة وعلماء النفس اللغوي قاموا بالاهتمام بالعمليات الناتجة من الاطراف المشاركة في عملية الاتصال, فالفرد يقوم بتشكيل بناء أو تركيب نحوي حتى يعبر عن فكرة, أو يحلل ما يقوله الاخرين ليصل الى الدلالات الضمنية أو البيانات النحوية للتركيب, فإذا اراد شخص ما التواصل مع صديقه فيجب أن يكونا كلاهما على علم باللغة المستخدمة بينهما فلا تستطيع إجبار رجل من السعودية الحديث مع رجل من اليابان لا توجد بينهما لغة مشتركه , لذلك يختار الفرد الرموز على حسب دلالاتها الضمنية ووضوح معناها لنقلها للأخرين، فالرسالة إذا هي التي تضم رموزاً اتصالية تعبر عن افكار واراء الشخص، وعلى الجانب الاخر نجد المستمع الذي يقوم بتفسير هذه الرموز حتى يصل الى دلالاتها الضمنية والاستجابة المطلوبة , إذا الاتصال يتأثر بالسلوك اللغوي القائم على تفسير الفرد ورؤيته للرموز وإعطائها دلالات معينة تؤثر على عملية الاتصال.

النماذج المركزة على الجانب الاجتماعي- مقدمة عامة+ التركيز على مفهوم الخبرة المشتركة

أثرت شبكة العلاقات الاجتماعية على اتخاذ القرارات الاتصالية وأهمية التباين والاتفاق داخل الجماعات وغيرها من النتائج التي أكدت على أن الأفراد في جمهور المتلقين ليسوا ذرات منفصلة أو وحدات منعزلة ولكنهم ينتمون بشكل أو بآخر إلى شبكة من البناءات الاجتماعية التي تؤثر على قراراتهم واتجاهاتهم نحو مخرجات عمليات الاتصال . وهناك بحوث كان لها تأثير كبير في اتجاه الباحثين في الاتصال على تأكيد الانتماء الاجتماعي لأطراف عملية الاتصال. وقد أكد الباحثان جون ريلي وماتيلدا ريلي على تأثير الجماعات الأولية والبناءات الاجتماعية الأخرى في المجتمع على كل من المرسل والمستقبل وكذلك تأثير السياق الاجتماعي العام على عملية الاتصال وقد اعتمد الباحثان بصفة خاصة بتأثير الجماعات الأولية وتقوم رؤيتهم على تحليل الاتصال الجماهيري في إطار اجتماعي على اعتبار أن الاتصال الجماهيري نظام اجتماعي بين أنظمة أخرى في السياق الاجتماعي العام. مجال الخبرة المشتركة تقع في نظام الاشارات (الرموز- الرسالة) فيؤكد شرام على الخبرة المشتركة بين المرسل والمستقبل لتحديد ما إذا كانت الرسالة ستصل إلى الهدف بالطريقة التي قصدها المصدر. فوجود الخبرة المشتركة ضمان لنجاح عملية الاتصال بحيث يعتمد فك الرموز لدى المستقبل على ثقافته التي يشارك فيها المرسل ويمكن أن تكون هذه الخبرة لغة مشتركة وخلفيات مشتركة وثقافة مشتركة في إطار دلالي واحد.

نماذج الاتصال:

نماذج الاتصال:

تعتبر عملية الاتصال تفاعلاً بين البشر والوثائق – الآلات–الطبيعة (كما عرفنا سابقاً).

وقسمت الاتصالية إلى أجزاء صغيرة (parts) أو إلى عناصر ومتغيرات تتمثل بالعلاقة بين المراسل والمستقبل. ومدى الاستقبال (التأثير) ولتسهيل تصور عملية الإتصال وضعت في نماذج متنوعة هدفها تنظيم وترتيب هذه العناصر مع بعضها البعض بالإضافة إلى إظهار العلاقة فيما بينها وتعتبر هذه النماذج تصويراً للعناصر الرئيسية التي تدخل في عملية الإتصال.

قبل دراسة النماذج الموجودة لابد أن نحدد فوائد استخدام هذه النماذج التي يمكن أن نوضحها في:

1. أنها تزودنا بصورة جزئية عن أشياء كلية هذه الأشياء من الصعب إدراكها بدون (النماذج) التي هي عبارة عن خرائط تفصيلية للمعالم الأساسية لعملية الإتصال.
2. إعداد النماذج في شرح وتحليل العمليات الإتصالية المعقدة أو الصعبة أو الغامضة بطريقة مبسطة فهي ترشد الباحث إلى النقاط الرئيسية لعملية الإتصال.
3. تساعد في عملية التنبؤ بالنتائج أو بمسار الأحداث في عملية الإتصال وهذا الأمر يساعد في عملية وضع فرضيات البحث.

حتى يومنا هذا يوجد العديد من النماذج الاتصالية نوضح أهمها:

* نموذج لاسويل للاتصال **lasweus model of communtion**

وضعه العالم السياسة الأمريكي (هارلد لاسويل) عام 1948 وقال إن الطريقة المناسبة لوصف عملية الاتصال وذلك بالإجابة على الأسئلة التالية:

1- من المرسل who sender

2- ماذا يقول الرسالة message says what

3- في أية قناة الوسيلة in which channel medium

4- لمن المستقبل to whom receiven

التأثير EFFECT :

ويمكن توضيح ذلك:

ونلاحظ أن لاسويل اهتم بتأثير العملية الاتصالية على المستقبل وذلك لأن تركيزه انصب على دراسة وتحليل محتوى الدعاية الأساسية والرأي العام في أمريكيا إلا أن هذا النموذج انتقد كثيراً بسبب:

1- يقول لاسويل من البديهي أن للمرسل هدف للتأثير على المستقبل. ما علينا إلا النظر إلى عملية الاتصال على أنها عملية اقناعية أو حتى إغرائية.
2- يفترض أن الرسائل الاتصالية دائماً لها تأثير.
3- المبالغة في عملية التأثير على الاتصال الجماهيري بسبب اهتماماته أساسية.

ويمكن استخدام هذا النموذج وتطبيقه في تحليل الدعاية السياسية وأثرها على الرأي العام وخاصة في تحليل الحروب النفسية وفي عملية الإعلان التجاري وأخبار الدبلوماسيين والجواسيس والمراسلين الصحفيين..

4- حذف عنصر أساسياً وهو عنصر الاستجابة أو التغذية الراجعة من نموذجه فالاتصال لديه يسير في اتجاه واحد من المراسل إلى المستقبل ليحقق تأثير ما. وهذا يعكس تاريخ وضع هذا النموذج الذي يعد من أوائل النماذج.

* **النموذج الدائري:لاسجود وشرام**

The osgeed and schramm circulan model

وضع النموذج عام 1959 ويتكون من العناصر التالية: المرسل – الرسالة – المستقبل. كما يبين النموذج تماثلاً أو تساوياً بين سلوك المرسل والمستقبل من خلال عملية الاتصال ويعتمد كل من شرام و أسجود على دراسة سلوك المرسل و المستقبل في تفسير عملية الاتصال كما يلي:

- حيث يقوم المرسل بتحويل الأفكار إلى رموز ويصوغها في رسالة ويحولها "قد تكون الرسالة مكتوبة – ناطقة –إشارة إيمائية (اليد – العين)".
- والرسالة لديه عبارة عن رمز واحد أو مجموعة من الرمز وقد تكون كلمة إذاعية أو تلفزيونية أومقالة أو جريدة أو رسالة شخصية ما أومسألة أوسؤال صحفي أو حتى شيفرة عسكرية، إشارة خط شكل كتاب. أما المستقبل الذي يستقبل الرسالة ويحولها إلى رمز ويفسرها حتى يفهم معناها

أما عملية الاتصال هنا تتم:

فكرة ما توجد في ذهن المؤلف (المرسل) يريد أن يوصلها إلى المستقبل أو حتى يشاركه فيها فيقوم بتحويلها إلى رمز على شكل كلمات منطوقة أومكتوبة أوإشارات يضعها في رسالة للمستقبل الذي يستقبلها فيحولها أيضاً إلى رموز أو حتى يقوم بترجمتها ويفسرها ليفهم معناها.

وبناء على فهم المستقبل للرسالة يرد على المرسل على الشكل التالي:

يضع المستقبل فكرته أومشاعره في رموز فيضع رسالة جديدة يرسلها للمرسل الأصلي (المستقبل الجديد) الذي بدوره يحولها إلى رموز بعد تفسيرها أوترجمتها ليتمكن أيضاً من فهمها...

مما تقدم نرى أن نموذج اسجود وشرام يقوم المرسل والمستقبل بنفس الوظائف الاتصالية في بداية العملية الاتصالية ونهايتها وكل من المرسل والمستقبل يتبادلان الأدوار.

كما يتضح من هذا النموذج أن كل من دور المرسل والمستقبل متساوية وبشكل محدود وأن وظيفة صياغة الأفكار في رموز متشابهة لإرسال الرسالة ووظيفة تحويل الرسالة إلى رموز متشابهة للاستقبال.

كما يمكن أن يستخدم هذا النموذج في وصف الاتصال الشخصي بأكثر منه في حالة الاتصال الجماهيري لأنه يقوم بدراسة المرسل والمستقبل وكيفية تبادل الرسائل بينهما.

* نموذج روس: ross model

وضع روس هذا النموذج عام 1965 ويحتوي على عناصر أساسية تشبه إلى حد ما عناصر نموذج لاسويل.فيها يوضح روس أن عملية الاتصال تتأثر بمشاعر واتجاهات ومعلومات كل من المرسل (المصدر – مفسر) والمستقبل (محلل ومفسر الرسالة) فإذا ما كانت الرسالة المرسلة غير دقيقة فإن المستقبل لا يستطيع أن يفسرها وحتى فهمها بشكل دقيق وسبب ذلك أن الرسالة الواصلة إلى المستقبل مختلفة عن الرسالة الأصلية التي أرسلت من قبل المرسل. أما قنوات الاتصال فتتمثل بقنوات الحواس الرئيسة لدى الإنسان المعافى وهي "سمعية – بصرية – شعورية (احساس)"، وتكون الرسالة على شكل (رموز –لغة – صوت). مشاعر اتجاهات معلومات رموز لغة صوت مشاعر اتجاهات معلومات.

مما تقدم نجد أن الاتصال يسير باتجاهين كما يؤثر بالجو العام الذي تحدث فيه عملية الاتصال كونها عملية مستمرة،متغيرة،دنماميكية والاتصال هو عبارة عن تفاعل اجتماعي بين الناس يتأثر بأحوالهم وثقافتهم وبيئتهم....

* نموذج شانون و ويفر:shannon and wever model

وضع شانون هذا النموذج حين كان يعمل في شركة بل الأمريكية للهاتف هو ومساعده ويفر عام 1949، فيه نجد أن عملية تسير في طريق واحد وحدد ثلاث خطوات لسير عملية كما نوه إلى عنصر التشويش الذي يعيقها على الشكل التالي:

الرسالة إشارة واصلة إشارة رسال:

الخطوة الأولى في الاتصال هي مصدر المعلومات الذي يقوم بإنتاج رسالة أوسلسلة رسائل اتصالية بعدها يتم تحويل الرسالة التصالية بواسطة إشارات إلى

جهات البث أو الارسال بحيث تتناسب مع طبيعة القناة إلى جهاز الاستقبال على أن تكون وظيفة الثاني على عكس الأولى لأن جهاز الإرسال يحولها إلى إشارة الكترونية بينما الاستقبال يحولها إلى رسالة اتصالية.

لنقل بالنهاية الرسالة إلى وجهتها، بالأضافة إلى المشاكل التي تتعرض لها الرسالة الاتصالية من تشويش ويحصل ذلك عند مرور عدة إشارات عبر نفس القناة وفي نفس الوقت الأمر الذي يؤدي إلى اختلافات بين الإشارة المبثوثة والواصلة إلى المستقبل أو إلى الجهة المرجوة إلى المستقبل...إلا أن هذا النموذج تم نقده بسبب عدم احتوائه على عنصر التغذية الراجعة أو الاستجابة وتسير في طريق واحد...

إلا أن الأمر الآن تغير بتغير وسائل الاتصال...استخدم النموذج علماء المعلومات واللغة والسلوك...

1. نموذج ديفلور: defleur's model

الذي يعتبر تطوير النموذج شانون قدمه ديفلور عام 1966 ويتم الاتصال على الشكل التالي:

كما يناقش ديفلور مدى التطابق بين الرسالة المنتجة بين المصدر والرسالة الواصلة إلى المستقبل حيث تمكن من ملاحظة أنه أثناء عملية الاتصال يتحول المعنى الموجود في ذهن المرسل إلى رسالة اتصالية ومن ثم يقوم جهاز الإرسال بتحويلها إلى معلومات التي تمر عبر قناة قد تكون جماهيرية لتصل إلى المستقبل الذي يقوم بتحويلها كرسالة اتصالية ليحصل على المعنى المطلوب فإذا ما كان تطابقاً بينهما يكون الاتصال قد تم، علماً أنه تره إلى أن هذا التطابق نادراً ما يكون كاملاً...

كما أضاف عنصر التغذية الراجعة أو الاستجابة إلى نموذج شانون وركز على كيفية حصول المصدر على الاستجابة من المستقبل تساعده على تعديل رسالته الاتصالية للتأثير على المستقبل أو وجهة نظر الرسالة الاتصالية.

لتسهيل تصور عملية الإتصال وضعت في نماذج متنوعة هدفها تنظيم وترتيب هذه العناصر مع بعضها البعض بالإضافة إلى إظهار العلاقة فيما بينها وتعتبر هذه النماذج تصويراً للعناصر الرئيسية التي تدخل في عملية الإتصال.

فوائد استخدام هذه النماذج:

1. أنها تزودنا بصورة جزئية عن أشياء كلية هذه الأشياء من الصعب إدراكها بدون (النماذج) التي هي عبارة عن خرائط تفصيلية للمعالم الأساسية لعملية الإتصال.
2. إعداد النماذج في شرح وتحليل العمليات الإتصالية المعقدة أوالصعبة أوالغامضة بطريقة مبسطة فهي ترشد الباحث إلى النقاط الرئيسية لعملية الإتصال.
3. تساعد في عملية التنبؤ بالنتائج أو بمسار الأحداث في عملية الإتصال وهذا الأمر يساعد في عملية وضع فرضيات البحث.

حتى يومنا هذا يوجد العديد من النماذج الاتصالية نوصح أهمها:

1- نموذج لاسويل للاتصال (lasweus model of communtion)

وضعه عالم السياسة الأمريكي (هارولد لاسويل) عام 1948 واستخدم بشكل كبير في الدراسات الاعلامية والاتصالية. وقد صاغ لاسويل نموذجه من خمس أسئلة (من, ماذا, بأي واسطة, لمن, و بأي تأثير) و يعتبر هارولد لاسويل مؤسس (الطريقة الكمية لتحليل المضمون).

يقول لاسويل إن الطريقة المناسبة لوصف عملية الاتصال وذلك بالإجابة على الأسئلة التالية:

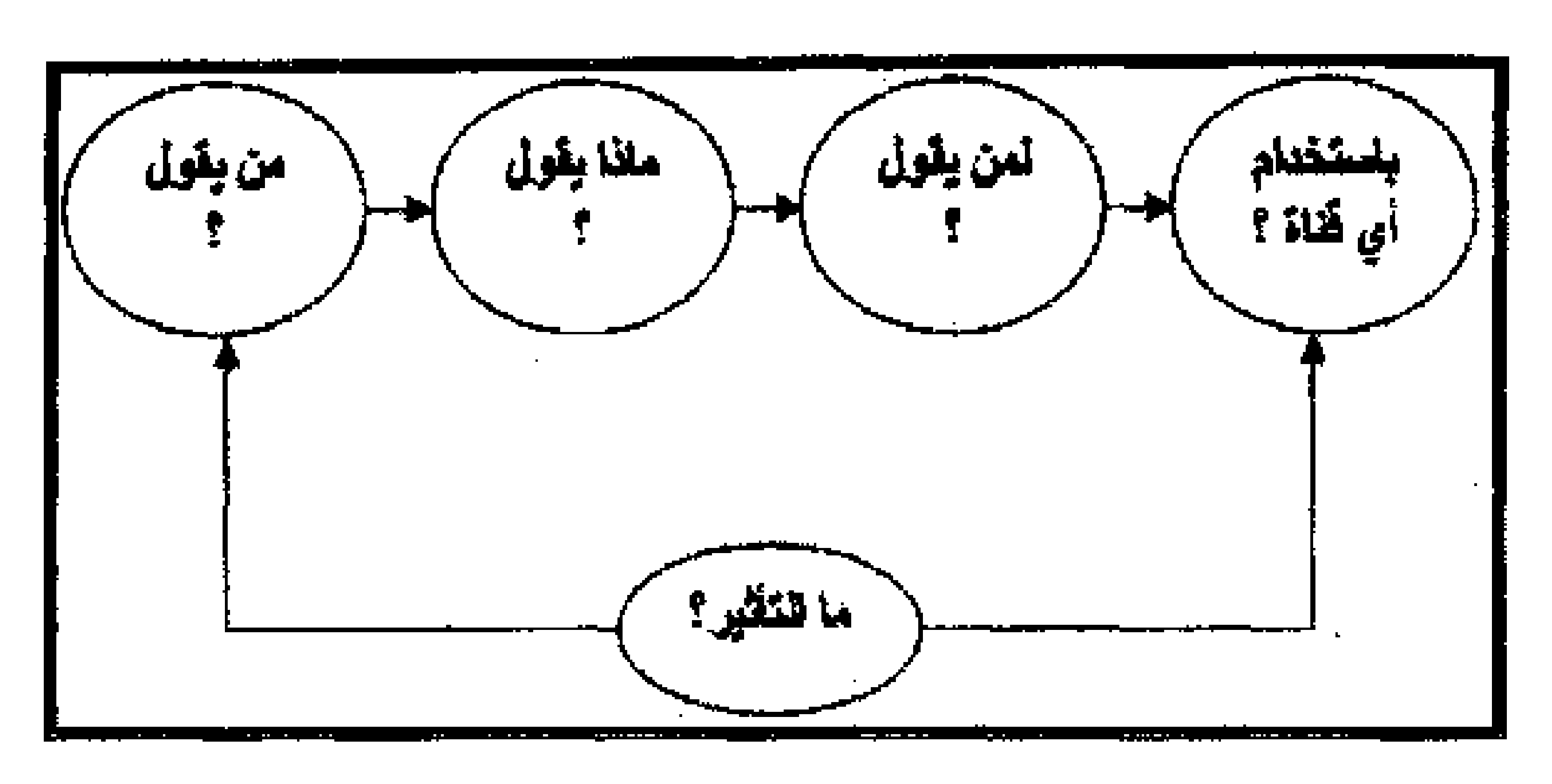
1- من يقول ؟ ◄———————— المرسل

2- ماذا يقول ؟ ◄———————— الرسالة

3- لمن يقول ؟ ◄———————— المستقبل

4- بأي وسيلة أو قناة؟ ←────── الوسيلة

5- ما التأثير؟ ←────── التغذية الراجعة



نموذج لاسويل للاتصال:

ونلاحظ أن لاسويل اهتم بتأثير العملية الاتصالية على المستقبل وذلك لأن تركيزه انصب على دراسة وتحليل محتوى الدعاية الأساسية والرأي العام في أمريكا إلا أن هذا النموذج انتقد كثيراً بسبب:

1- يقول لاسويل من البديهي أن للمرسل هدف للتأثير على المستقبل.ما علينا إلا النظر إلى عملية الاتصال على أنها عملية اقناعية أو حتى إغرائية.

2- يفترض أن الرسائل الاتصالية دائماً لها تأثير.

3- المبالغة في عملية التأثير على الاتصال الجماهيري بسبب اهتماماته أساسية.

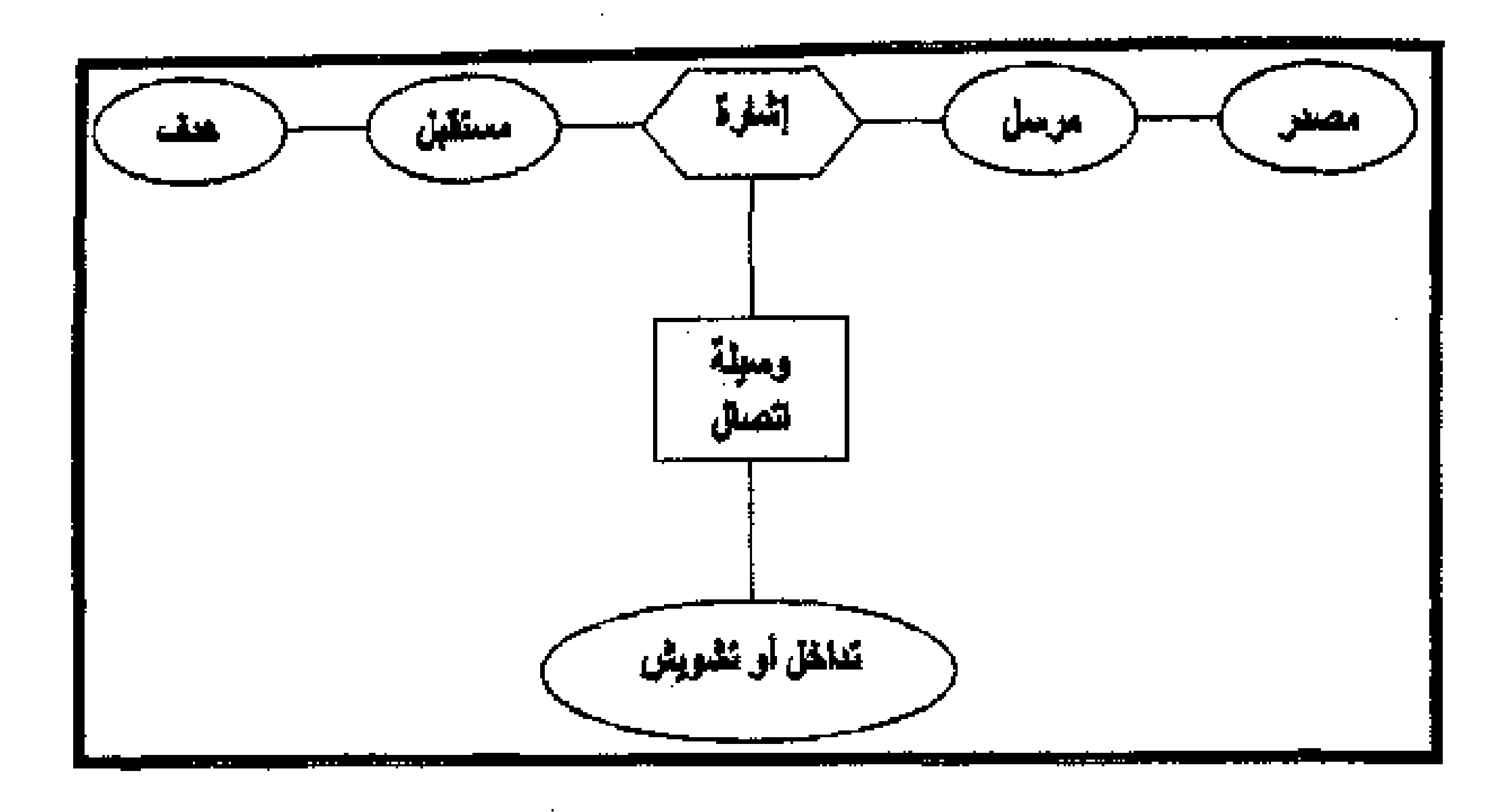
ويمكن استخدام هذا النموذج وتطبيقه في تحليل الدعاية السياسية وأثرها على الرأي العام وخاصة في تحليل الحروب النفسية وفي عملية الإعلان التجاري وأخبار الدبلوماسيين والجواسيس والمراسلين الصحفين..

4- حذف عنصر أساسياً وهو عنصر الاستجابة أو التغذية الراجعة من نمونجه فالاتصال لديه يسير في اتجاه واحد من المراسل إلى المستقبل ليحقق تأثير ما. وهذا يعكس تاريخ وضع هذا النموذج الذي يعد من أوائل النماذج.

2- نموذج بث الاشارات لشانون و ويفر (hannon and wevermodel)

وضعه الرياضي شانون حين كان يعمل في شركة بل الأمريكية للهاتف هـو ومساعده ويفر عام 1949، وأصبح النموذج الأكثر تأثيرا وقـد اسـتنبط شـانون الصيغة الاولى من بث اشارات المنظومة التقنية كتلفون التلغراف ثم سرعان ما تم تعديله لتعديل عملية الاتصال بين الافراد فتم تبديل جهاز الارسال بالمرسل و جهاز الاستقبال بالمستقبل. وقد اضاف نموذج شانون فكرة جديدة هي فكرة التشويش (أي الاضطراب في عملية الاتصال) و يبني شانون سير المعلومات من المصدر الـى المستقبل و قبل أن تصل للمستقبل فان هذه المعلومات تعترضها ظـروف مختلفـة مثل التحريف أو المواد الدخيلة كالبكاء أو الضحك و يطلق عليها مصدر التشويش و هي غير موجودة في أصل الرسالة و هذا ما يعرقل عمليـة الفهـم. فالرسـالة تتعرض الى التشويش أثناء رحلتها من المرسل الى المستقبل و هذا يؤدي الى مـا نسميه بعدم التيقن و يمكن التغلب على عدم التيقن بالتكرار و هناك صـور لهـذا التشويش نمارسها مثل الرسوم الكاركاتورية التي تظهر على الصحف والمجـلات فتكون عملية الفهم مشوشة و مختلفة من مستقبل الى أخر.

في هذا النموذج نجد أن عملية الاتصال تسير في طريق واحد وقد حدد ثلاث خطوات لسيرها منوها إلى عنصر التشويش الذي يعيقها على الشكل التالي:



نموذج شانون وويفر للاتصال:

الخطوة الأولى في الاتصال هي مصدر المعلومات الذي يقوم بإنتاج رسالة أوسلسلة رسائل اتصالية بعدها يتم تحويل الرسالة الاتصالية بواسطة إشارات إلى جهات البث أو الارسال بحيث تتناسب مع طبيعة القناة إلى جهاز الاستقبال على أن تكون وظيفة الثاني على عكس الأولى لأن جهاز الإرسال يحولها إلى إشارة الكترونية بينما الاستقبال يحولها إلى رسالة اتصالية.

لتنقل بالنهاية الرسالة إلى وجهتها،بالأضافة إلى المشاكل التي تتعرض لها الرسالة الاتصالية من تشويش ويحصل ذلك عند مرور عدة إشارات عبر نفس القناة وفي نفس الوقت الأمر الذي يؤدي إلى اختلافات بين الإشارة المبثوثة والواصلة إلى المستقبل أو إلى الجهة المرجوة إلى المستقبل...

إلا أن هذا النموذج تم نقده بسبب عدم احتوائه على عنصر التغذية الراجعة أو الاستجابة وتسير في طريق واحد...

إلا أن الأمر الآن تغير بتغير وسائل الاتصال ...استخدم النموذج علماء المعلومات واللغة والسلوك...

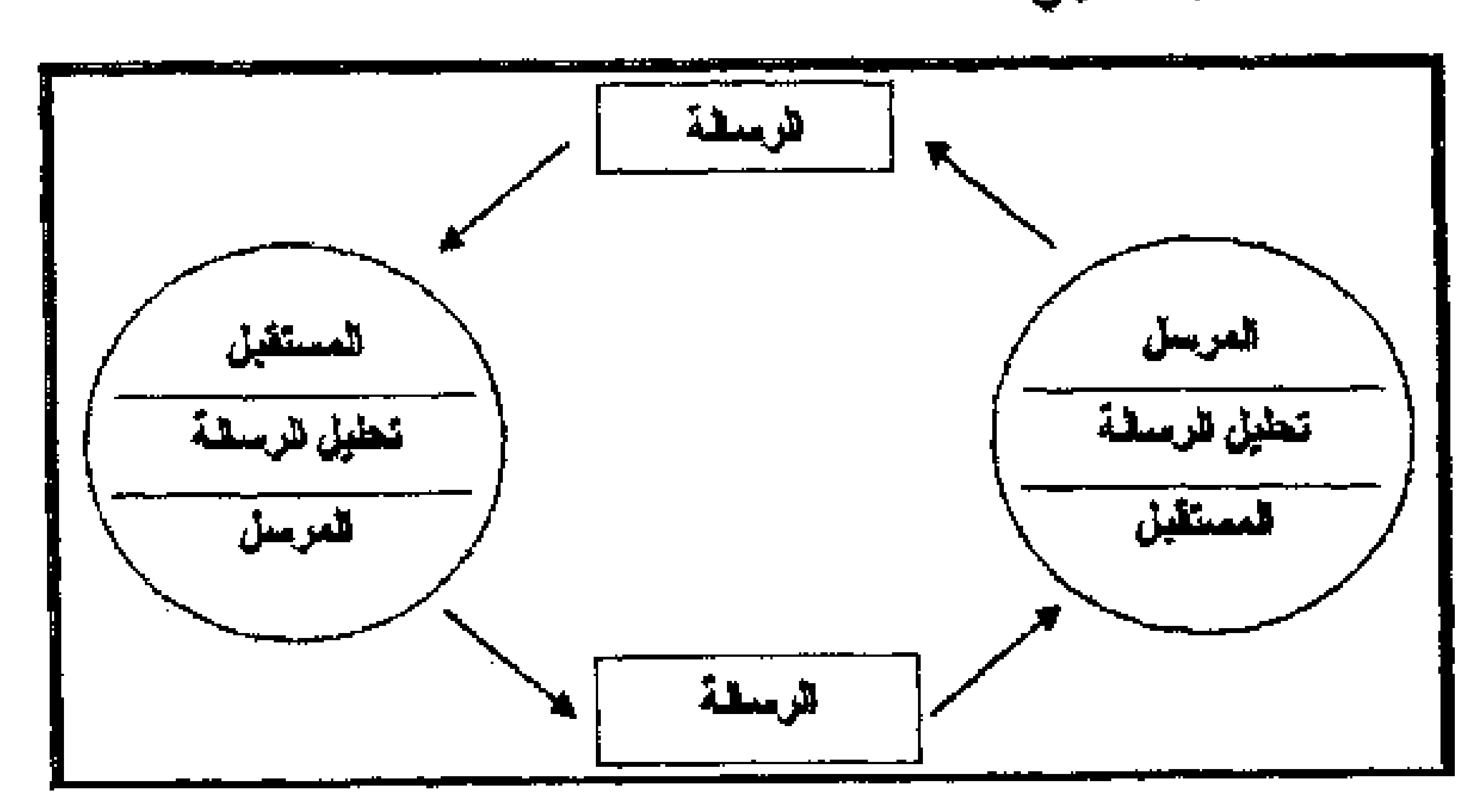
3- نموذج الخبرة المشتركة لاوسجيد وشرام
(the osgeed and schramm)

وضع النموذج عام 1959 ويعتبر مكملا لنموذج شانون حيث قام شرام بتعديل نموذج شانون بهدف تطبيقه بصورة أفضل من ناحية التفاهم بين البشر وقد أدخل فكرة (التجربة المشتركة) الى النموذج والتي تعني وحدة المواقف والافكار والرموز المشتركة بين المرسل و المستقبل والتي تحدد فاعلية الاتصال وقد ميز شرلم ثلاث مراحل لتكوين واستلام مادة البث و هي:

1- المرسل وضع الشفرة: أي وضع البيان بشكل علني.

2- الرسالة (التفسير): أي تحديد الشفرة المستخدمة.

3- المستقبل (فك الرموز): أي قراءة الافكار. كما يبين النموذج تماثلاً أو تساوياً بين سلوك المرسل والمستقبل من خلال عملية الاتصال ويعتمد كل من شرام وأوسجيد على دراسة سلوك المرسل و المستقبل في تفسير عملية الاتصال كما يلي:



نموذج شرام للاتصال:

- حيث يقوم المرسل بتحويل الأفكار إلى رموز ويصوغها في رسالة ويحولها "قد تكون الرسالة مكتوبة – ناطقة – إشارة إيمائية (اليد – العين)".
- والرسالة لديه عبارة عن رمز واحد أو مجموعة من الرمز وقد تكون كلمة إذاعية أو تلفزيونية أو مقالة أو جريدة أو رسالة شخصية ما أو مسألة أو سؤال صحفي أو حتى شيفرة عسكرية، إشارة خط شكل كتاب. أما المستقبل الذي يستقبل الرسالة ويحولها إلى رمز ويفسرها حتى يفهم معناها.
- أما عملية الاتصال هنا تتم:

فكرة ما توجد في ذهن المؤلف (المرسل) يريد أن يوصلها إلى المستقبل أو حتى يشاركه فيها فيقوم بتحويلها إلى رمز على شكل كلمات منطوقة أو مكتوبة أو إشارات يضعها في رسالة للمستقبل الذي يستقبلها فيحولها أيضاً إلى رموز أو حتى يقوم بترجمتها ويفسرها ليفهم معناها.

وبناء على فهم المستقبل للرسالة يرد على المرسل على الشكل التالي: يضع المستقبل فكرته أو مشاعره في رموز فيضع رسالة جديدة يرسلها للمرسل الأصلي (المستقبل الجديد) الذي بدوره يحولها إلى رموز بعد تفسيرها أو ترجمتها ليتمكن أيضاً من فهمها...

مما تقدم نرى أن نموذج اوسجيد وشرام يقوم المرسل والمستقبل بنفس الوظائف الاتصالية في بداية العملية الاتصالية ونهايتها وكل من المرسل والمستقبل يتبادلان الأدوار.

تقسيم نماذج الاتصال:

من الممكن تقسيم نماذج الاتصال إلى نوعين رئيسيين وهما:

- النماذج الخطية (أحادية الاتجاه)
- النماج التفاعلية (ثنائية الاتجاه)

أولا: النموذج الخطي:

ومن الممكن أن نتخذ نموذج أرسطو كنمـوذج دال عليـه حيـث يـرى أن البلاغة وكان يعني بها الاتصال هي البحث عن جميع وسائل الإقناع المتاحة، وقد قسم دراسته تحت العناوين التالية:

- الخطيب (المرسل)
- الخطبة (الرسالة)
- المستمع (المتلقى)

هناك أيضا نموذج هارولد لازويل، حيث يقترح خمسة أسئلة للتعبير عن الاتصال:

- من؟
- يقول ماذا؟
- بأيه وسيله (قناة)؟
- لمن؟
- وبأي تأثير؟

ثانيا: النموذج التفاعلي:

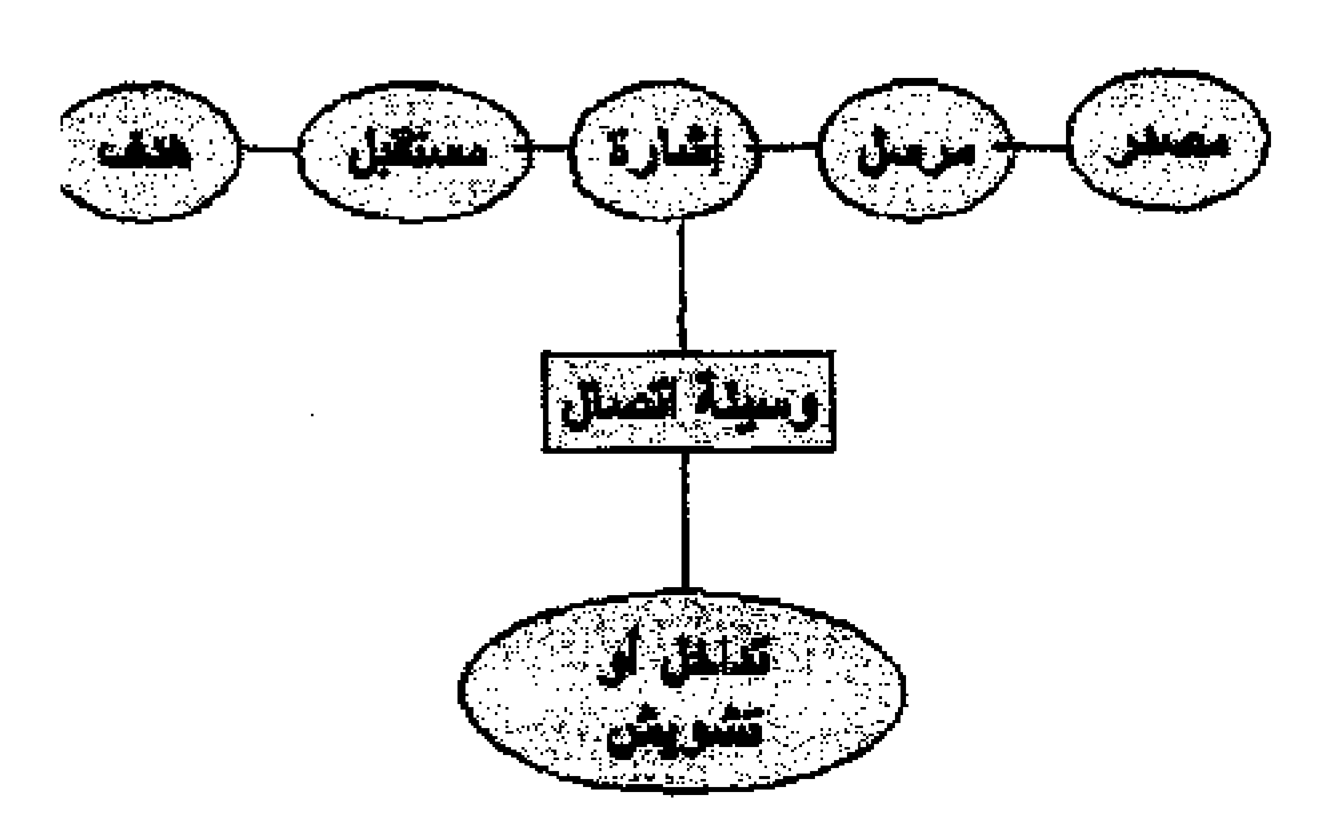
ومن الممكن أن نتخذ نموذج روس كنموذج دال عليه، حيث يعتمد على ستة عناصر أساسية هي:

1. المرسل
2. الرسالة
3. الوسيلة
4. المتلقي
5. رجع الصدى
6. السياق

لمزيد من المعرفة حول نماذج الاتصال، يمكن أن نذكر النماذج التالية على سبيل المثال لا الحصر:

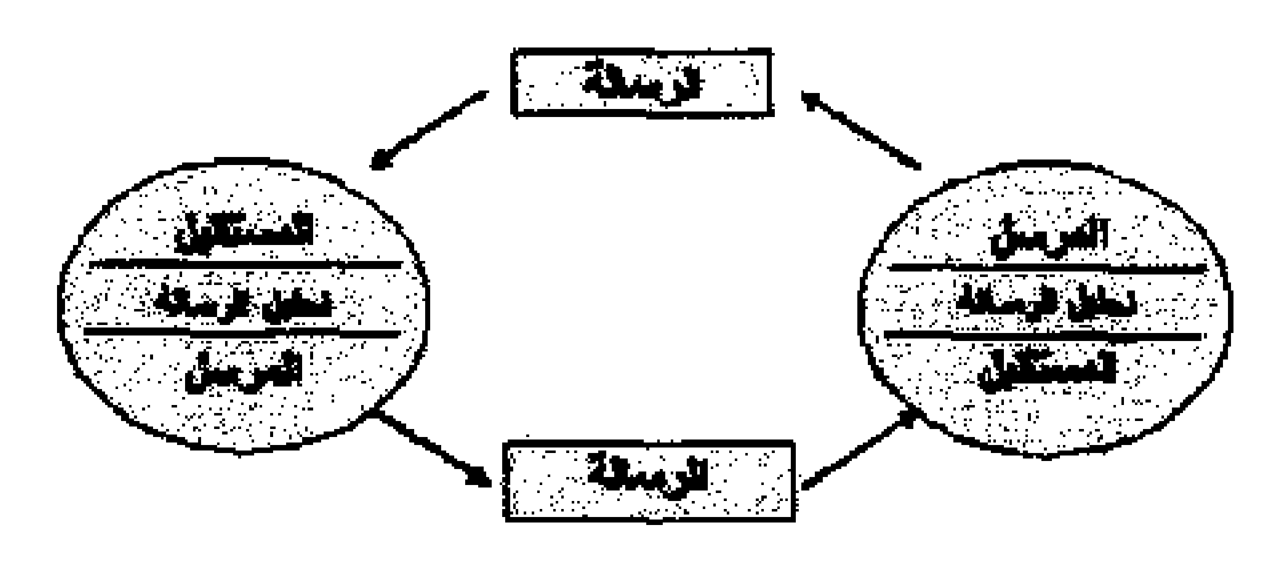
1. نموذج شانون وويفر: Shannon & Weaver Model

يتكون هذا النموذج من خمسة عناصر هي: المصدر، المرسل، الإشارة، المستقبل، الهدف.



شكل (3) نموذج شانون وويفر للاتصال

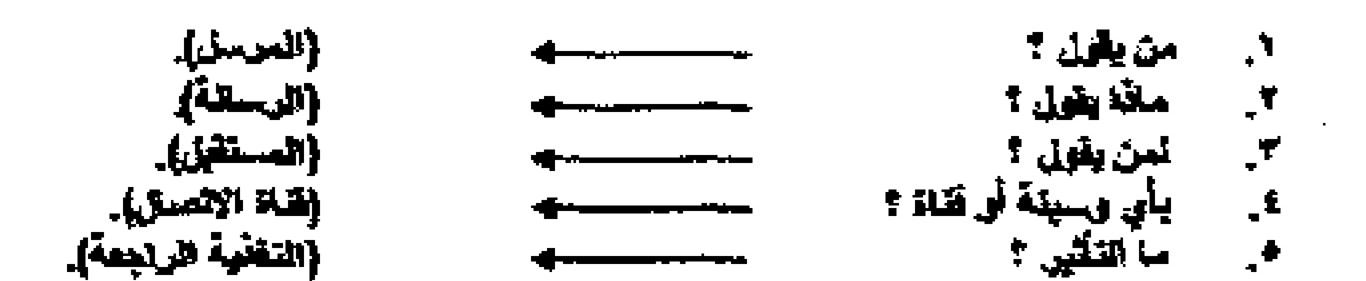
2. نموذج شرام: Schramm Model

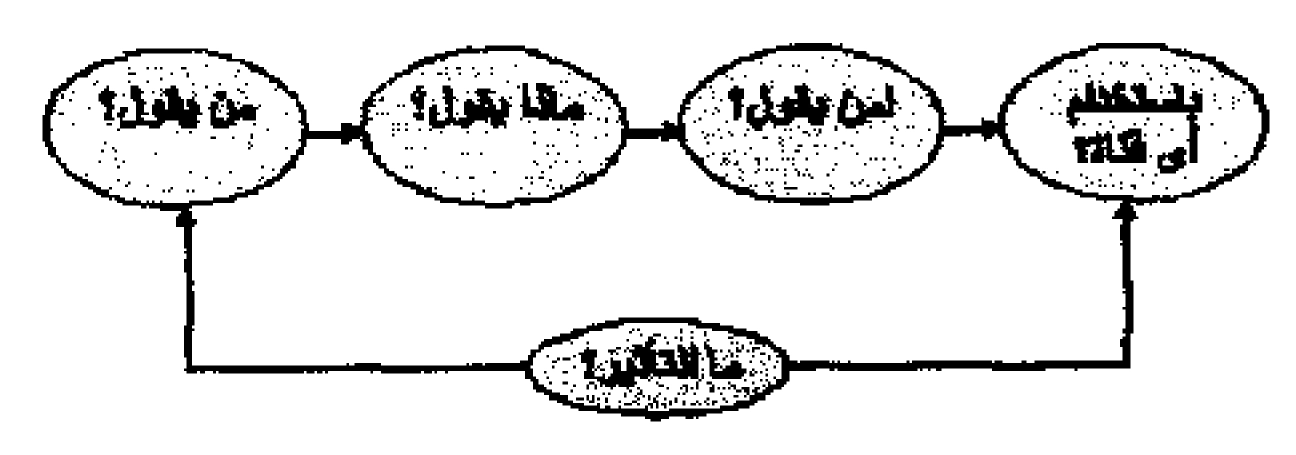


شكل (4) نموذج شرام للاتصال

3. نموذج لاسويل: Lasswell Model

ويحدد لاسويل عناصر عملية الاتصال من خلال الإجابة عن خمسة أسئلة هي:





شكل (5) نموذج لاسويل للاتصال

الفصل الثالث

النظريات المفسرة للاتصال

الفصل الثالث

النظريات المفسرة للاتصال

نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

يعتبر الاعتماد على وسائل الإعلام ضرورة أساسية في المجتمعات الحديثة، حيث يستطيع الفرد إدراك هذا الاعتماد بالتدريج منذ الحاجة إلى معرفة أفضل المشتريات في الأسواق وانتقالاً إلى احتياجات أكثر شمولاً وأكثر تعقيداً كالرغبة في الحصول على معلومات عن العالم الخارجي لكي يتفاعل معه.. ونظراً لاختلاف الأفراد في أهدافهم ومصالحهم فإنهم أيضاً يختلفوا في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام، وبالتالي يشكلون نظماً خاصة لوسائل الأعلام ترتبط بالأهداف والحاجات الفردية لكل منهم وطبيعة الاعتماد ودرجته على كل وسيلة من الوسائل في علاقتها بهذه الأهداف، ويترتب على اشتراك الأفراد في بعض الأهداف ودرجة الاعتماد على الوسائل التي تحقق هذه الأهداف ظهور نظم مشتركة لوسائل الإعلام بين الفئات أو الجماعات، وعلى سبيل المثال يجتمع الأفراد الذين يهتمون بالشئون المحلية بدرجة كبيرة في فئة لها نظامها الإعلامي الخاص عندما ترى أن هذا الاهتمام يتحقق من خلال قراءة الصحف المحلية، وغيرهم في فئات تبحث عن التسلية والاسترخاء من خلال برامج معينة في التليفزيون... وهكذا يوحي هذا التقسيم فئات بوجود نظم متفاوتة لوسائل الإعلام بالنسبة للأفراد تحددها طبيعة الأهداف، ودرجة الاهتمام بها وطبيعة الاعتماد على وسائل معينة ودرجته في تحقيق هذه الأهداف.

فكرة نظرية الاعتماد:

مع تعقد الحياة في المجتمعات الحديثة، والتقدم المستمر في تكنولوجيا وسائل الإعلام، تتزايد أهمية وسائل الإعلام في نقل المعلومات، ففي المجتمع الأمريكي على سبيل المثال، فإن وسائل الإعلام تقوم بمجموعة متنوعة من الوظائف منها

تقديم معلومات عن الحكومة، والخدمة في حالة الطوارئ، كما تعتبر المصدر الأساسي لإدراك المواطن العادي للأحداث القومية والعالمية، كما توفر أيضاً كماً هائلا من البرامج الترفيهية لمساعدة الجمهور على الاسترخاء والهروب من مشاكل الحياة اليومية.

ومن أجل الحصول على المعلومات تتفاعل وسائل الإعلام مع النظم الأخرى كالنظام الاقتصادي، السياسي، والديني حيث تنشأ علاقة متبادلة بين وسائل الإعلام وهذه الأنظمة، ومن هنا وضع " ديفلير و ركتيش" نموذج لتوضيح العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى الاجتماعية الأخرى، وهو ما عرف بنظرية الاعتماد.

ويمكن تلخيص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على النحو التالي " أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير. بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتداً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع.

ويمكن النظر إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بأنها:

- نظرية ذات منشأ سوسيولوجي وظيفي.
- نظرية بيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، فهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة ببعضها، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فما يتعلق بتلك العلاقات.
- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام نموذج طارئ Contingency من حيث كون أي تأثير محتمل من جراء ذلك الاعتماد يعتمد بشكل ما على الظروف المصاحبة لموقف محدد.

- النظرية جزء من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية.

نشأة وتطور نظرية الاعتماد:

اهتم بعض الباحثين في العشرينات بدراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوي المعرفي Cognitive Level ، وأكد بعضهم أن اختلاف المستوي المعرفي للأفراد يرجع أساساً إلى التفاعل بين متغيرات مرتبطة بطبيعة وسائل الإعلام بالإضافة إلى سمات الجمهور وخصائصه المختلفة. كما أوضح الكثير من الخبراء في الغرب العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ومؤسساتها في المجتمع على أساس من الاعتماد المتبادل.

ومن ثم كانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الأعلام على يد الباحثة ساندرا بول روكيتش وزملائها عام 1974عندما قدموا ورقة بحثيه بعنوان "منظور المعلومات" وطالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم الاقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يستمد من اعتمادات الأخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام أي أن هناك علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والأنظمة الاجتماعية الأخرى.

من هذا المنطلق تركز نظرية الاعتماد على أن العلاقات بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث، حيث يعتمد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام كنظام فرعي لإدراك وفهم نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي من حولهم، وبذلك تمثل وسائل الإعلام مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في استقاء المعلومات عن الأحداث الجارية، وتتزايد درجة الاعتماد بتعرض المجتمع لحالات

من عدم الاستقرار والتحول والصراع الذي يدفع أفراد الجمهور لاستقاء المزيد من المعلومات من وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي من حولهم.

وطور نموذج الاعتماد في صور متعددة منذ ظهوره أول مرة على النحو التالي:

أ- النموذج الأول لنظرية الاعتماد (1976):

قدم ميلفن ديفلير وساندرا بول روكيتش نموذج الاعتماد الأول عام 1976، حيث عرض النموذج العلاقة بين العناصر الثلاث لمكونات النظرية (الإعلام ـ المجتمع ـ الجمهور) بشكل متداخل وتختلف هذه العلاقة من مجتمع إلى آخر، وطبيعة وسائل الإعلام، وتنوع واختلاف حاجات الجمهور، بالإضافة إلى التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي يحدثها اعتماد أفراد الجمهور علي وسائل الإعلام.

ويفسر النموذج طبيعة العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور كالتالي:

1- وسائل الإعلام:

تختلف وسائل الإعلام من مجتمع إلى آخر من حيث درجة تطورها، وكلما كانت وسائل الإعلام لديها القدرة علي إشباع احتياجات الجمهور، وكانت أكثر مركزية وتنوع وأهمية للمجتمع، يزداد اعتماد المجتمع عليها.

2- النظام الاجتماعي:

تختلف طبيعة كل مجتمع عن الآخر، من حيث درجة الاستقرار أو القدرة على مواجهة الأزمات الطارئة، أو تبعاً لحالة انهياره نتيجة الأزمات الاقتصادية أو ثورات أو حروب فكلما زادت حالة عدم الاستقرار في المجتمع، زادت حاجة الأفراد إلى المعلومات وبالتالي الاعتماد على وسائل الإعلام، أي الجمهور ويصبح أكثر اعتماداً على

وسائل الإعلام الموجودة في المجتمع في فترات التغيير وعدم الاستقرار.

وبالتالي فإن الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية يتعدد بتعدد هذه النظم كالأسرة والدين والمؤسسة التعليمية والاقتصادية والعسكرية، وأهمها للنظم السياسية للإعلام في الجوانب التالية:

- غرس وتدعيم القيم السياسية والمعايير المتنوعة (حرية، فاعلية، تصويت،...
- حفظ النظام والطاعة للدولة.
- تعبئة المواطنين وتدعيم الشعور بالمواطنة.
- التحكم والفوز بالصراع داخل الدولة كصراع الأنظمة ومعاركها وانتصار الحقوق التشريعية والتنفيذية).

أما علاقة النظام الإعلامي بالسياسة فتنشأ لأن الأهداف الإعلامية تنال مكاسب عدة من مصادر النظام السياسي مثل:

- حماية للسلطة القضائية وتسهيل نيل الحقوق الإعلامية.
- حماية السلطة التشريعية.
- الحصول على الشرعية.

3- الجمهور:

يختلف الجمهور في درجه الاعتماد على وسائل الإعلام، فمثلا جمهور الصفوة يتمتع بمصادر معلومات متنوعة بصورة أكثر من الجمهور العام الذي يعتمد على وسائل الإعلام باعتبارها أحد مصادره الأساسية. ويختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة الاختلاف في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية.

فالأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدراً من مصادر تحقيق أهدافهم، فالفرد يهدف إلى تأييد حقه في المعرفة لاتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة، ويحتاج إلى التسلية والترفيه كهدف أيضاً في نفس الوقت إلا أن الأفراد لا يستطيعون ضبط أو تحديد نوع الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام أكثر مما هي عليه، ولكنهم يستطيعون تحديد ما لا ينشر من رسائل، لأن وسائل الإعلام تحدد ما ينشر أو لا ينشر بناء على العلاقة الدائرية مع أفراد المتلقين مثلها مثل النظم الاجتماعية، ويظهر بالتالي تأثير الخصائص والسمات الفردية والاجتماعية على تطوير هذه العلاقة الدائرية مع وسائل الإعلام.

ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:

1- الفهم: مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، الفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.
2- التوجيه: ويشتمل على توجيه العمل مثل: أن تقرر ماذا تشتري؟ وكيف ترتدي ثيابك؟ وكيف تحتفظ برشاقتك؟ وتوجيه تفاعلي مثل: الحصول عل دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة.
3- التسلية: وتشتمل على التسلية المنعزلة مثل: الراحة والاسترخاء والاستثارة والتسلية الاجتماعية مثل: الذهاب إلى السينما أو الاستماع إلى الموسيقي مع الأصدقاء، أو مشاهدة التليفزيون مع الأسرة.

ومع ذلك، فإنه ينبغي ألا نبالغ في أهمية وسائل الإعلام الجماهيري، فهي تجعل بالفعل تحقيق الفهم والتوجيه وأهداف التسلية أكثر سهولة، ولكنها ليست الوسيلة الوحيدة لبلوغ هذه الأهداف، فالأفراد يتصلون في نهاية الأمر بشبكات داخلية من الأصدقاء والأسرة، وكذلك بنظم تربوية ودينية وسياسية وغيرها، تساعد الناس أيضاً على بلوغ أهدافهم، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لا تشارك فكرة المجتمع الجماهيري في أن وسائل الإعلام

قوية لأن الأفراد منعزلون بدون روابط جماعية، والأصح أنها تتصـــور أن قوة وسائل الأعلام تكمن في السيطرة على مصادر معلومات معينة تلـــزم الأفراد لبلوغ أهدافهم الشخصية، وذلك علاوة على أنه كلما زاد المجتمـــع تعقيداً، زاد اتساع مجال الأهداف الشخصية التي تتطلـــب الوصـــول إلـــى مصادر معلومات وسائل الإعلام.

فالفرد في حاجة إلى فهم وإدراك الذات بما يساعده في الكشف عـــن قدراتـــه ودعمها وتفسير معتقداته وسلوكه وإدراكه لجوانب الشخصية بشكل عـــام، وكـــذلك الحاجة إلى فهم العالم الاجتماعي المحيط بالفرد، والمعاني التي تقوم بتشكيلها وسائل الإعلام عن هذا العالم واستخدام هذه المعاني في إدراك الحقائق وتشكيل التوقعات.

ولذلك قام الباحثان ميلفن وروكيتش بتطوير هذا النموذج عام 1982، ليوضح كيفية اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من أجل تحقيق أهداف الأفـــراد الخاصـــة بالفهم والتوجيه والتسلية، وعرف باسم النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد.

ب- النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد (1982):

يوضح النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد التداخل الكبيـــر بـــين العناصـــر الرئيسية للعملية الاتصالية (وسائل الإعلام ــ المجتمع ــ الجمهور) ويقـــدم مجموعة معقدة من المتغيرات التي تؤدي إلى تأثير وسائل الإعـــلام التـــي تظهر نتيجة الاعتماد المتبادل بين وسائل الجمهـــور والـــنظم الاجتماعيـــة الأخرى.

ويمكن تلخيص العلاقات التي يرمز لها النموذج على النحو التالي:

أولاً: ينشأ تدفق الأحداث من المجتمع الذي يضـــم مجموعـــة مـــن الـــنظم الاجتماعية التي يحكمها الوظيفة البنائية، وتحدث علاقات اعتمـــاد متبادلـــة بين هذه النظم الاجتماعية ووسائل الإعلام، ويتميز كل مجتمع بثقافة خاصة تعبر عن القيم والتقاليد والعادات وأنماط السلوك التي يتم نقلها عبر رمـــوز

لفظية وغير لفظية تحدث العمليات الديناميكية لنشر الثقافة، وتشتمل هذه الفعاليات على قوى تدعو إلى ثبات المجتمع والحفاظ على استقراره من خلال الإجماع والسيطرة، والتكيف الاجتماعي، وتوجد أيضاً في المجتمع قوي أخرى تدعو للصراع والتغيير، وتتم هذه العمليات على مستوى البناء الكلي للمجتمع، أو بين الجماعات، أو المراكز الاجتماعية المرتبة بشكل تصاعدي، ويتضمن هذا البناء عناصر رسمية وغير رسمية.

ثانيا: تؤثر عناصر الثقافة والبناء الاجتماعي للمجتمع على وسائل الإعلام إيجاباً وسلباً، وهي التي تحدد خصائص وسائل الإعلام التي تتضمن: الأهداف والموارد، والتنظيم، والبناء، والعلاقات المتبادلة وتتحكم هذه الخصائص في وظائف تسليم المعلومات التي يتحكم فيها عدد الوسائل الإعلامية المتاحة، ودرجة مركزيتها، ويؤثر ذلك بالتالي على الأنشطة التي تمارسها وسائل الإعلام أو ما يطلق عليها تحديد السياسات.

كذلك تؤثر عناصر الثقافة وبناء المجتمع على الأفراد، ويساهم ذلك في تشكيل الفروق الفردية والفئات الاجتماعية، والعلاقات الاجتماعية، ويعمل النظام الاجتماعي أيضاً على خلق حاجات للأفراد مثل الفهم والتوجيه والتسلية.

ويحدد الاعتماد المتبادل بين النظم الاجتماعية ونظم وسائل الإعلام كيفية تطوير الناس اعتمادهم على وسائل الإعلام لإشباع حاجتهم النفسية والاجتماعية، مما يخلق التنوع في تأثيرات وسائل الإعلام على الأفراد.

ثالثا: تقوم وسائل الإعلام بتغطية الأحداث التي تقع داخل النظم الاجتماعية المختلفة، ومن الأشخاص داخل هذه النظم، وتنتقي وسائل الإعلام التركيز على بعض القضايا والموضوعات التي تشكل رسائل وسائل الإعلام المتاحة للجماهير.

رابعاً: العنصر الرئيسي في هذا الإطار المتكامل هو الأفراد كأعضاء في الجمهور المتلقي لوسائل الإعلام، هؤلاء الأفراد لديهم بناء متكامل للواقع الاجتماعي تم تشكيله عبر التنشئة الاجتماعية والتعليم والانتماء إلى جماعات ديموغرافية، وعوامل التكيف الاجتماعي، والخبرة المباشرة، ويستخدم هؤلاء الأفراد وسائل الإعلام لاستكمال بناء الواقع الاجتماعي الذي لا يدركونه بالخبرة المباشرة، وتتحكم علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى في تشكيل رسائل المعلومات للجماهير.

خامساً: حين يكون الواقع الاجتماعي محدداً ومفهوماً للأفراد، ويلبي حاجاتهم وتطلعاتهم قبل وأثناء استقبال الرسائل الإعلامية، لن يكون لرسائل الإعلام تأثير يذكر سوي تدعيم المعتقدات والقيم وأنماط السلوك الموجودة بالفعل.

وعلى النقيض، حين لا يكون لدي الأفراد واقع اجتماعي حقيقي يسمح بالفهم والتوجيه والسلوك، فإنهم يعتمدون على وسائل الإعلام بقدر أكبر لفهم الواقع الاجتماعي، وبالتالي يكون لهذه الوسائل تأثير أكبر على المعرفة والاتجاهات والسلوك، لذلك يجب الأخذ في الاعتبار درجة اعتماد الأفراد علي وسائل الأعلام للحصول علي المعلومات كوسيلة للتنبؤ بآثار هذه الوسائل علي الأفراد.

سادساً: تتدفق المعلومات من وسائل الإعلام لكي تؤثر في الأفراد، وفي بعض الحالات تتدفق المعلومات أيضاً من الأفراد لكي تؤثر في وسائل الإعلام، وفي المجتمع ككل، ويتخذ ذلك بعض الأشكال... مثل الاعتراض الجماهيري الذي يزيد من مستوى الصراع في المجتمع، أو يؤدي إلى تكوين جماعات اجتماعية جديدة. مثل هذه الأحداث قد تؤدي إلى تغييرات

في طبيعة للعلاقات بين النظم الاجتماعية، ونظم وسائل الإعلام، مثل تمرير قوانين جديدة يتم تصميمها لتغير سياسات تشغيل وسائل الإعلام. لذلك فإن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام وأجزاء أخرى من الكيان الاجتماعي، يجب أن تمر بتغيير من أجل أن تبقي المجتمعات في بيئات متغيرة، ويكون مثل هذا التغيير المتكيف بطيئاً في العادة، وغالباً ما يكون غير مخطط ومن ثم فإنه من الصعب إدراكه في الوقت الذي يقع فيه.

واهتم الباحثان ميلفن وروكيتش بتوضيح كيف تساعد علاقات الاعتماد في تفسير آثار التعرض لرسائل وسائل الإعلام الخاصة بمعتقدات وسلوك الفرد، وهو اهتمام مركزي بالنسبة لأولئك الذين يستخدمون نهجاً إدراكياً لتفسير تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية على جمهورها، فالأشخاص الذين اعتمدوا على التليفزيون لتحقيق تفاهم اجتماعي على سبيل المثال عليهم أن يختاروا أنواع مختلفة من البرامج التليفزيونية، وذلك بخلاف أشخاص يعتمدون أساساً على التليفزيون من أجل التسلية، وبالتالي فإن التأثير يختلف باختلاف الهدف، وفي دراسة لبول روكيتش وزملاؤها لمعرفة آثار التعرض لبرنامج تليفزيوني يستهدف التأثير على معتقدات سياسة وسلوكية، قدمت الباحثة أدلة تؤيد هذه الطريقة من التفكير عن التعرض الانتقائي، ولآثار وسائل الإعلام، حيث وجدوا أن الأشخاص يختارون بالفعل تعريض أنفسهم على أساس علاقات اعتمادهم الراسخ على التليفزيون، وأن المشاهدين الذين لديهم أنواعاً معينة من علاقات الاعتماد كانوا يتأثرون بشكل مختلف عن أولئك الذين ليست لديهم هذه الأنواع.

ومن هنا طور الباحثان ميلفن وروكيتش نظرية الاعتماد، لتوضيح الآلية التي تعمل بها نظرية الاعتماد، حيث قدم نموذجاً جديداً عام 1989، لتفسير العلاقة بين نظم وسائل الإعلام العام، والنظام الاجتماعي، الذي ينبع من نموذج الإدراك العقلي الذي يفترض وجود ربط منطقي بين مضمون الوسيلة ودوافع الانتباه، وعرف باسم النموذج الإدراكي لنظرية الاعتماد.

ت-النموذج الإدراكي لنظرية الاعتماد (1989):

يبدأ هذا النموذج بفرد يتفحص وسائل الإعلام بدقة، ليقرر بفعالية ما يرغب في الاستماع إليه، أو مشاهدته، أو قراءتــه، أو بشــخص يتصــل بشــكل عرضي بمحتويات وسيلة إعلامية.

ويفسر النموذج الخطوات التالية:

الخطوة الأولى:

إن الجمهور القائم بالاختيار النشيط الذي يستخدم وســائل الإعــلام، ســيقوم بالتعرض إلى مضمون الوسائل من خلال توقع مسبق بأنه ســوف يســاعدهم فــي تحقيق هدف أو أكثر من الفهم، أن التوجيه، أو التسلية بناء على:

- تجربتهم السابقة.
- محادثتهم مع آخرين (أصدقاء أو زملاء عمل).
- إشارات يحصلون عليها من وسائل الإعلام (إعلانات أو مجلات أدبية).

أما الأفراد الذين يتعرضون مصادفة أو بطريقة غير مقصــودة لمحتويــات وسائل الإعلام مثل (دخول سوبر ماركت به تليفزيون مفتوح) فقــد تســتثار لــدي هؤلاء الأفراد علاقة الاعتماد وتحفزهم على الاستمرار في التعــرض، أو ينهــون تعرضهم للوسائل.

الخطوة الثانية:

كلما زادت شدة الحاجة أو قوة الاعتماد زادت الاستثارة المعرفية والوجدانية، وتتمثل هذه الاستثارة في جذب الانتباه إلى مضمون الرسالة أو الإعجاب أو عــدم الإعجاب مثلاً، وتختلف قوة الاعتماد على الوسائل وفقاً لاختلاف:

- الأهداف الشخصية.
- المستويات الاجتماعية للأفراد.
- توقعات الأفراد فيما يتعلق بالفائدة المحتملة من محتويات وسائل الإعلام.

- مدى سهولة الوصول إلى المضمون.

والمتغيرات في أهداف الأفراد كثيراً ما تعكس متغيرات في بيئاتهم، وعندما تكون هذه البيئات حافلة بالغموض أو التهديد مثلاً، فإن اعتماد الأفراد على نظام وسائل الإعلام يجب أن تكون قوية تماماً، إذ أن الوصول إلى مصادر معلومات وسائل الإعلام غالباً ما يكون ضرورياً لحل غموضها، وتقليل تهديدها الحقيقي أو المحتمل، وهناك مثال آخر عن: كيف تؤثر المتغيرات في البيئات الشخصية والاجتماعية للأشخاص على قوة اهتمامات التبعية بمشكلات صحية خطيرة، فالأشخاص الذين يكونون، هم أنفسهم أو أحباؤهم مصابين بمرض خطير، كثيراً ما ينشئون علاقات اعتماد قوية بوسائل الإعلام، من أجل التمكن من الوصول إلى معلومات مناسبة قد تسهم في عثورهم على أفضل خدمات طبية ومساعدة.

وأثناء اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام يحدث نوعين من التأثير هما:-

- الإثارة العاطفية: يقصد بها ميل الأفراد وحبهم للوسيلة والمضمون المقدم.
- الإثارة الادراكية: ويقصد بها تعرض الأفراد للوسيلة الإعلامية مع ما يتفق باهتماماته وحاجاته وأهدافه.

ففي الدراسة التي أجرتها ساندرا بول روكيتش وزملائها، ذكر المشاهدون الأكثر اعتماداً على التليفزيون أنهم كانوا منتبهين للغاية في مشاهدة البرنامج التليفزيوني، وأحبوا البرنامج، وعندما يكون اعتماد الأشخاص على برنامج تليفزيوني ــ مثلا ــ منخفضاً أو منعدماً، فإننا سوف نتوقع أن نجدهم يتحدثون أو يفعلون أشياء أخرى في أثناء تشغيل جهاز التليفزيون، وبالتالي لا يحتمل أن يكون شعورهم قوياً تجاه البرنامج أو سالباً.

الخطوة الثالثة:

وفيها تزداد درجة المشاركة النشطة في مدى استيعاب المعلومات وفقاً لوجود تأثيرات معرفية وعاطفية سابقة، فالأشخاص الذين أثيروا إدراكياً وعاطفياً سوف

يشتركون في نوع التنسيق الدقيق للمعلومات بعد التعرض، مثل: الإقلاع عن التدخين، أو بدء التدريبات الرياضية أو إجراء فحوص طبية.

الخطوة الرابعة:

كلما زادت درجة المشاركة في تنسيق المعلومات، زاد الاحتمال في حدوث التأثيرات المعرفية أو العاطفية أو السلوكية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات، فالأفراد الذين يشتركون بشكل مكثف في تنسيق المعلومات أكثر احتمالاً للتأثر بتعرضهم لمحتويات وسائل الإعلام.

الفروض الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يتمثل الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة، وكلما لعبت الوسيلة دوراً هاماً في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدي الأشخاص، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيداً ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام.

كما تقوم على عدة فروض فرعية أخرى هي:

- تؤثر درجة استقرار النظام الاجتماعي على زيادة الاعتماد أو قلته على مصادر معلومات وسائل الإعلام، وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع كلما زاد الاعتماد لدى الأفراد على وسائل الأعلام.
- تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة قلة القنوات البديلة للمعلومات أما في حالة وجود مصادر معلومات بديلة تقدمها شبكات خاصة أو رسمية أو مصادر إعلامية خارج المجتمع سيقل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.

يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة لوجود اختلاف في الأهداف الشخصية والمصالح والحاجات الفردية.

الآثار المترتبة على اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام:

يري بعض الباحثين أن التساؤل الأساسي لنظرية الاعتماد هو تفسير متـــى؟ ولماذا يعرض الأفراد أنفسهم لوسائل؟ وتأثيرات هذا التعـــرض علـــى معتقـــداتهم وسلوكهم، وإجابة ذلك يعد تفسيراً للطرق التي يستخدم بها الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق أهدافهم الشخصية، حيث ينتج عن اعتماد الجمهور على وســائل الإعـــلام مجموعة من التأثيرات يمكن تصنيفها على النحو التالي:

أولاً: التأثيرات المعرفية: وتتضمن عدة أثار هي:

1- الغموض:

ويحدث الغموض نتيجة لتناقض المعلومات التي يتعرض لهـــا الأفـــراد، أو نقص المعلومات أو عدم كفايتها لفهم معاني الأحداث أو تحديد التفســـيرات الممكنة والصحيحة لهذه الأحداث، فالغموض يمكن أن يحـــدث لأن النـــاس يفتقرون إلى معلومات كافية لفهم معنى حدث، أو يفتقرون إلى المعلومـــات التي تحدد التفسير الصحيح من بين تفسيرات عديدة تقدمها وسائل الإعلام، وتشير البحوث السابقة إلى أن نسبة الغموض تزداد حين تقع أحداث غيـــر متوقعة مثل: كارثة طبيعة أو اغتيال زعيم سياسي، وحـــين تقـــدم وســـائل الإعلام معلومات غير متكاملة أو معلومات متضاربة بشأن هذه الأحـــداث، في هذه الحالة يتولد الإحساس بالغموض لدى أعضـــاء الجمهـــور، وفـــي حالات عديدة تكون وسائل الإعلام هي المصدر الوحيد المتـــاح للحصـــول على المعلومات، ويحدث الغموض حين تكون هذه المعلومات غير مكتملـــة أو يكتنفها الغموض أو التضارب.

2- تشكيل الاتجاه:

تلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً في تشكيل اتجاهات الأفراد نحو القضـــايا الجدلية المثارة في المجتمع مثل مشكلات البيئة، وأزمات الطاقة، والفســـاد

السياسي، وتنظيم الأسرة، وتتشكل الاتجاهات الجديدة كلما اكتسب الأفــراد المعلومات العامة من خلال وسائل الإعلام.

3- ترتيب الأولويات:

تقوم وسائل الأعلام بترتيب أولويات الجمهور تجاه القضايا البـارزة دون غيرها ويقوم الجمهور بتصنيف اهتماماته نحو هذه القضايا ويركـز علـى المعلومات التي يمكن توظيفها وفقاً لاختلافاته الفردية.

4- اتساع المعتقدات:

تساهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقدات التي يدركها أفـراد الجمهـور، لأنهم يتعلمون عن أناس وأماكن وأشياء عديدة من وسائل الإعـلام، ويـتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات تنتمي إلى: الأسرة أو الدين أو السياسة بمـا يعكس الاهتمامات الرئيسية للأنشطة الاجتماعية.

5- القيم:

القيم هي مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما ويرغبـون في ترويجها والحفاظ عليها مثل: الأمانة ـ الحرية ـ المساواة ـ التسامح، وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم.

ثانياً: التأثيرات العاطفية (الوجدانية):

ويقصد بالتأثيرات العاطفية المشاعر والعواطف التي يكونها الإنسان تجاه ما يحيط به، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال وسائل الإعـلام، تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم بالتالي في الاتجاه للذي تستهدفه الرسـائل الإعلامية، ومن أمثلة هذه التأثيرات:

1- الفتور العاطفي:

ويرى الباحثون أن التعرض المكثف إلى موضوعات العنف فـي وسـائل الإعلام يؤدي إلى الفتور العاطفي وعدم الرغبة في تقديم المساعدة للآخرين

في أوقات العنف الحقيقي الذي يتصرف الفرد تجاهه كما لو كان عنفاً تلفزيونياً، وتشير بعض الدراسات إلى أن الاستثارة الناتجة عن مشاهدة أعمال العنف في وسائل الإعلام، تتناقص تدريجياً بمرور الوقت وتؤدي في النهاية إلى الفتور العاطفي.

كما يقرر كثير من الباحثين بأن التليفزيون يساعد على انصراف عن الفرد تذكر الأحداث السلبية، ويقصد بها تلك الأحداث التي يعتبرها مسئولة مثلاً عن فشله أو تشير إلى ظلم الناس لغيرهم، لأن تذكر هذه الأحداث تسبب له حالات مزاجية غير سارة.

2- الخوف والقلق:

إن التعرض المستمر للرسائل أو الدراما التليفزيونية لأعمال العنف والكوارث يؤدي إلى إثارة الخوف والقلق لدى الافراد من الوقوع ضحايا لأعمال العنف في الواقع.

ويري الباحثون أن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام قدي يؤدي إلى إثارة الخوف والتوتر بسبب ما تقدمه هذه الوسائل من أخبار عن انتشار وباء أو مرض معدي مثل مرض سارس، إلا أنه قد يؤدي أيضاً إلى تقليل مشاعر الخوف والتوتر من انتشار هذا المرض في المنطقة الموجود بها من خلال المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام عن كيفية الوقاية من هذا المرض والقضاء عليه مستقبلاً.

3- الدعم المعنوي والاغتراب:

تؤثر وسائل الإعلام على معنويات الأفراد بالسلب أو الإيجاب، فقد أكد "كلاب" أن المجتمعات التي تقوم وسائل الإعلام فيها بأدوار اتصال رئيسية، ترفع الروح المعنوية لدي الأفراد نتيجة زيادة الشعور الجمعي والتوحيد والاندماج، وخاصة إذا كانت وسائل الإعلام تعكس الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد، ويلاحظ أن اغتراب الفرد يزداد حين لا يجد معلومات

وسائل الإعلام معبرة عن نفسه وثقافته وانتماءاته العرقية والدينية والسياسية.

ثالثاً: التأثيرات السلوكية:

تحدث التأثيرات في السلوك نتيجة لحدوث التأثيرات المعرفية والعاطفية، ومن أهم التأثيرات السلوكية:

1- التنشيط:

يعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، وهو الناتج الأخير للتأثيرات المعرفية والعاطفية مثل اتخاذ مواقف سلوكية مؤيدة أو معارضة نتيجة التعرض المكثف لوسائل الإعلام، وقد يتمثل التنشيط في اتخاذ مواقف مؤيدة للإقلاع عن التدخين أو التبرع المادي أو المعنوي لفئات معينة والتنشيط يكون مفيداً اجتماعياً في هذه الحالة، ولكن التنشيط الناتج عن التعرض لسوائل الإعلام قد يكون ضاراً اجتماعياً مثل التورط في أعمال ضد المجتمع مثل العنف والجرائم والاضطرابات.

2- الخمول:

يعني عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل، مما يؤدي إلى اللامبالاة والسلبية والامتناع عن المشاركة في المجتمع، ويحدث ذلك نتيجة التعرض لرسائل الإعلام المبالغ فيها، تدفع الفرد إلى عدم المشاركة نتيجة الملل مثل عدم القيام بالتصويت في الانتخابات.

علاقة نظرية الاعتماد وتأثيرها على بعض النظريات:

ترتبط نظرية الاعتماد ببعض نظريات الاتصال وهي:

1- نظرية ترتيب الأولويات:

تقوم نظرية الأولويات على ترتيب الأولويات الشخصية للأفراد تجاه بعض الموضوعات، وتساعد نظرية الاعتماد على تفسير هذه الأولويات، فالأفراد

يعتمدون على وسائل الإعلام في اختيارهم للموضوعات التي تقدمها وسائل الإعلام، بشكل يتوافق إلى حد كبير مع خصائصهم الشخصية، والمشكلات التي يعانون منها بالإضافة إلى احتياجاتهم.

2- نظرية فجوة المعرفة:

تفترض نظرية فجوة المعرفة أن الجمهور ذوي المستوي الاجتماعي الاقتصادي المرتفع يميل إلى اكتساب المعلومات بمعدل أسرع من الجمهور الأقل في المستوي الاجتماعي الاقتصادي ومن هنا تنشأ الفجوة المعرفية في المعلومات.

وتساهم نظرية الاعتماد هنا في فهم هذه النظرية، فالأفراد الأكثر اعتماداً على وسائل الإعلام يحصلون على معلومات أكثر من غيرهم تنشأ الفجوة المعرفية، وتقل الفجوة المعرفية تجاه بعض القضايا التي يتساوى فيها اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.

3- مدخل الاستخدامات والاشباعات:

يفترض مدخل الاستخدامات والاشباعات أن الأفراد بحاجة إلى إشباع احتياجاتهم من وسائل الإعلام، كما يقوم الأفراد باستخدام المعلومات التي تنقلها وسائل الإعلام، وتختلف أهميتها وفقاً لاحتياجاتهم.

وعلى الرغم من أن مدخل الاستخدامات والإشباعات ونظرية الاعتماد يركز كل منهما على العلاقة بين الأفراد ووسائل الإعلام، فكل منهما يركز على التساؤل الخاص: ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟

والاستخدام لوسيلة إعلامية يعني معدل القراءة أو المشاهدة أو الاستماع لها، أما الاعتماد فيعني درجة الاهتمام لهذه الوسيلة باعتبارها مصدراً هاماً للمعلومات، ورغم وجود بعض التشابه بين مدخل الاستخدامات والاشباعات ونظرية الاعتماد إلا إنه توجد بعض الاختلافات بينهما هي كالتالي:

- يركز مدخل الاستخدامات والاشباعات على تحديد الاحتياجات المختلفة والاشباعات الناتجة عن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، بينما تركز نظرية الاعتماد على العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع.
- يهتم مدخل الاستخدامات والاشباعات بالإجابة على السؤال الأساسي وهو: أين يذهب الأفراد لإشباع احتياجاتهم ؟ في حين تركز نظرية الاعتماد على الإجابة على سؤال: لماذا يلجأ الأفراد إلى وسيلة معينة لإشباع احتياجاتهم؟
- يركز مدخل الاستخدامات الاشباعات على المستوي الفردي فقط، في حين تستخدم نظرية الاعتماد لقياس العلاقات الاعتمادية لكل المستويات الفردية والاجتماعية.
- يقدم مدخل الاستخدامات والاشباعات تصميماً معقداً من الناحية الإجرائية لقياس متغير استخدام الوسيلة، بينما تقدم نظرية الاعتماد تصميماً سهلاً من الناحية الإجرائية لقياس متغير الاعتماد على وسائل الإعلام.
- يؤكد مدخل الاستخدامات والإشباعات على أهمية فكرة الجمهور القوي والتي تؤكد ضرورة اختبارات الجمهور بينما تركز نظرية الاعتماد على قوة وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الأفراد، ويزداد الاعتماد أثناء الأزمات.

الانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تعرضت نظرية الاعتماد لمجموعة الانتقادات يمكن تلخيصها على النحو التالي:

- تبالغ النظرية في تصوير حجم الاعتماد الفعلي للعناصر المختلفة وخاصة المتعلقة بوسائل الإعلام، واستقلالها عن النظام الاجتماعي، فوسائل الإعلام غالباً ما تكون محايدة، حيث أنها مصدر غير سياسي، تستطيع أن تجده عند الضرورة، ويجب أن ترتبط وسائل الإعلام بشكل أساسي بالمؤسسات الأكثر هيمنة وسيطرة في المجتمع.

- على الرغم من أن الاعتماد الشديد على وسائل الإعلام قد يزيد من التأثيرات الإدراكية والسلوكية على الفرد، فإنه للأسف ليست كل تأثيرات وسائل الإعلام الجماهيرية هي تأثيرات لمحتويات وسائل أو أنها تؤثر على الأفراد، حيث أن الأفراد يتأثرون بالأصدقاء والمعارف وغيرهم.

- رغم أنه كان يقصد بمدخل الاعتماد أساساً الاعتماد على مستوي النظام الاجتماعي ككل، لكن معظم الدراسات الإعلامية تعاملت مع مدخل الاعتماد على المستوي الفردي فقط، بمعني أنها ركزت على الآثار الناجمة عن اعتماد الأفراد على الوسائل المختلفة، مع هذا لا تزال روكيتش تري أن المستقبل سيكون للتركيز على أهداف الجماعات من الاعتماد.

- معظم الباحثين عرفوا الاعتماد إجرائياً بالتعرض، رغم انه ليس كل من يتعرض لوسيلة يعتمد عليها، فعلى سبيل المثال قد يتعرض الفرد لفترة طويلة في مشاهدة التليفزيون في حين يعتمد على وسيلة أخرى مثل الصحف في اكتسابه للمعلومات السياسية، أو في موضوع ما.

المميزات الخاصة بنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تتمتع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بمجموعة من المزايا أهمها:

- تعتبر نظرية الاعتماد نموذج مفتوح لمجموعة من التأثيرات المحتملة، وتجنب النموذج عدم وجود تأثيرات لوسائل الإعلام، ووجود تأثير غير محدود، لذلك يطلق عليها نظرية شاملة، حيث تقدم نظرية كلية للعلاقة بين الاتصال والرأي العام، وتتجنب الأسئلة البسيطة عما إذا كانت وسائل الاتصال لها تأثير كبير على المجتمع.

- تهتم نظرية الاعتماد بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي لأكثر من المتغيرات الشخصية والفردية، لذلك فهي أكثر ملاءمة في التعامل مع

النظام الاجتماعي بصورة أكبر من النماذج الأخرى المرتبطة بوسائل الإعلام.

- تؤكد نظرية الاعتماد على أن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، يؤدي إلى التأثير على النظام الاجتماعي وعلى نظام وسائل الإعلام نفسها، وبالتالي فإن أداء وسائل الإعلام، قد يؤدي إلى المطالبة بالتغيير أو إصلاح نظام وسائل الإعلام، سواء من خلال النظام السياسي أو من خلال آلية السوق الحر أو من خلال ظهور وسائل إعلام بديلة.

نظرية حارس البوابة:

أولاً: النشأة والتاريخ:

أن أول دراسة تتناول بالشرح قطاعا من القائمين بالاتصال بالمعنى الذي نقصده، هي دراسة روستن التي ظهرت في الولايات المتحدة تحت عنوان ((مراسلي واشنطن)) سنة 1937 وتعتبر دراسة كلاسيكية عن سيكولوجية المراسل الصحفي.ولكن في سنة 1941 نشرت مجلة (الصحافة) ربع السنوية التي تصدر في ولاية أيوا بالولايات المتحدة دراسة مهمة عن العاملين بجريدة ملواكي، وكان من الممكن أن تفتح هذه الدراسة الباب لإجراء دراسات مماثلة عن المؤسسات الإعلامية الأخرى،ولكن مضت فترة طويلة دون أن تظهر أبحاث تتناول بالدراسة القائمين بالاتصال ومؤسساتهم، حتى نشر الباحث الأمريكي ديفيد مانج وايت دراسته ((حارس البوابة وانتقاء الأخبار)) التي أعطت دفعة قوية للبحث في هذا المجال المهم.

ويرجع الفضل إلى عالم النفس النمساوي الأصل، الأمريكي الجنسية (كرت لوين) في تطوير ما أصبح يعرف بنظرية (حارس البوابة) الإعلامية، فدراسات لوين تعتبر من أفضل الدراسات المنهجية في مجال حراسة البوابة (محمد جاسم فلحي الموسوي، ب-ت).

يقول لوين: أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور هناك نقاط أو (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج، وأنه كلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في وسيلة الإعلام، ازدادت المواقع التي يصبح فيها متاحاً لسلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال بعض التغييرات عليها، لهذا يصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات والقواعد التي تطبق عليها، والشخصيات التي تملك بحكم عملها سلطة التقرير، يصبح نفوذهم كبيراً في انتقال المعلومات. إن دراسة (حارس البوابة) هي في الواقع دراسة تجريبية ومنتظمة لسلوك أولئك الأفراد الذين يسيطرون في نقاط مختلفة، على مصير القصص الإخبارية.

ولكن من هم؟

حراس البوابة GEET KEEPARS. أنهم الصحفيون الذين يقومون بجمع الأنباء، وهم مصادر الأنباء الذين يزودون الصحفيين بالأنباء، وهم أفراد الجمهور الذين يؤثرون على إدراك واهتمام أفراد آخرين من الجمهور للمواد الإعلامية، كل أولئك حراس بوابة، في نقطة ما، أو مرحلة ما من المراحل التي تقطعها الأنباء (محمد جاسم فلحي الموسوي، ب–ت).

كيرت ليوين " قام بتطوير نظرية " حارس البوابة الإعلامية حيث يرى أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج. وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية، تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال تعديلات عليها، ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات.

ولقد كانت هناك دراسات لـ "بريد" و "كارتر" وغيرهم أشارت إلى أن الرسالة الإعلامية تمر بمراحل عديدة وهي تنتقل من المصدر حتى تصل إلى الملتقى، وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات، فالاتصال هو مجرد سلسلة متصلة الحلقات وأبسط أنواع السلاسل هي سلسلة الاتصال المواجهي بين فردين، ولكن هذه السلاسل في حالة الاتصال الجماهيري تكون طويلة جداً حيث تمر المعلومات بالعديد من الحلقات أو الأنظمة المتصلة كما هو الحال في الصحف والراديو والتلفزيون، فالحدث الذي يقع في الهند مثلاً يمر بمراحل عديدة قبل أن يصل إلى القارئ أو المستمع أو المشاهد في مصر أو الولايات المتحدة، وقدر المعلومات الذي يخرج من بعض تلك الحلقات قد يكون أكبر مما يدخل فيها وهذا ما يطلق عليه " شانون " أجهزة التقوية.

ويقول "كيرت ليوين " أن هناك في كل حلقة فرداً يقرر ما إذا كانت الرسالة ستمرر كما هي أم سيزيد عليها أو يحذف منها أو يلغيها تماماً. ومفهوم " حراسة البوابة " يعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته.

التعريفات والمفاهيم:

ما هو مفهوم حارس البوابة؟

استعمل هذا المفهوم لأول مرة من قبل عالم النفس كيرت ليوين، وحراس البوابات هم أشخاص أو جماعات من الأشخاص الذين يتحكمون في سير المواد الإخبارية في قناة الإتصال. وحارس البوابة يمكن أن يكون منتجا سينمائيا يقوم بقطع المشهد مثلا.

ويعتبر القائم بالإتصال داخل المؤسسة الإعلامية أحد العناصر الفاعلة في نظام العمل الذي يدين أولا إلى مجموعة من السياسات التي يرسمها اصحاب الملكية أو القائمون عليها، وتتفق مع اهدافهم من إنشاء هذه المؤسسات، ويعتبر التزامه بهذه السياسات ضرورة لاستمرار المؤسسة.

ما هي وظائف حارس البوابة؟

1. تحديد المعلومات عن طريق تحرير هذه الملومات قبل بثها.
2. زيادة كمية المعلومات عن طريق توسيع بيئتنا الإعلامية.
3. إعادة ترتيب أو إعادة تفسير المعلومات.

ما هي نظرية حارس البوابة؟

تقول هذه النظرية أن الرسالة الإعلامية تمر بعدة مراحل وهي تنتقل من المصدر إلى المتلقي، وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات. وأن قدر هذه المعلومات التي تخرج من بعض الحلقات أو الأنظمة أكثر مما قد يدخل فيهما، لذلك يسميها شانون (أجهزة تقوية)، وان هناك في كل حلقة فردا ما يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سوف ينقلها أو لن ينقلها، وما إذا كانت تلك الرسالة ستصل إلى الحلقة التالية بنفس الشكل الذي جاءت به أم سيدخل عليها بعض التغييرات والتعديلات، وحراسة البوابة تعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الإتصال بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته. وأشار ليوين إلى أنفهم وظيفة البوابة يعني فهم المؤثرات او العوامل التي تتحكم في القرارات التي يصدرها حارس البوابة وفي احدى المصادر ذكرت ان نظرية حارس النوابة هي طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهورالمستهدف توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ القرار بما يدخل وما يخرج، وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبارحتى تظهر في الوسيلة الإعلامية تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنقل أم لا.

ما هي الخصائص التي يجب أن تتوافر لدى حارس البوابة؟

1. المصداقية: يعتمد قياس مصداقية القائم بالإتصال على عنصرين أساسيين هما:

أ- الخبرة.

ب- زيادة الثقة بالقائم بالإتصال.

فالخبرة هي مدركات المتلقي عن معرفة القائم بالإتصال للأجابة الصحيحة، اما الثقة فهي ادراك المتلقي عن القائم بالإتصال بانه يشارك في الإتصال بشكل موضوعي دون تحيز.

2. الجانبية: هناك محددات خاصة لهذا المفهوم تتمثل في التشابه والتماثل.
3. قوة المصدر: قد لا يملك البعض المصداقية أو الجانبية ولكن يظل لهم التأثير في تغيير اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم، فهؤلاء يكون لديهم القوة.

ما هي الشروط الواجب توافرها في القائم بالإتصال؟

1. توافر مهارات الاتصال (الكتابة -المحادثة- القراءة- الإنصات).
2. اتجاهات القائم بالإتصال نحو نفسه ونحو الموضوع ونحو المتلقي.
3. مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع.
4. مركز القائم بالإتصال في إطار النظام الإقتصادي والثقافي وطبيعة الأدوار.

ما هي المعايير التي تؤثر على حارس البوابة؟

1. معايير المجتمع وقيمه وتقاليده.
2. معايير ذاتية (عوامل التنشئة الاجتماعية والتعليم والاتجاهات والميول).
3. معايير مهنيه (سياسة الوسيلة الاعلامية ومصادر الاخبار المتاحة وعلاقات العمل وضغوطه).
4. معايير الجمهور.

ما هي مستويات العلاقة بين المصدر والقائم بالإتصال؟

1. المستوى الاول، الذي يعبر عن حالة الاستقلال الكامل بين النظم الاجتماعية المختلفة، فلا يوجد تأثير لأيهما على اللأخر، ويتسم تدفق المعلومات من المصدر الى القائم بالاتصال بكونه رسميا.
2. المستوى الثاني، الاعتماد المتبادل بينهم.

3. المستوى الثالث. الاعتماد الكامل على المصدر.

يعرف المتخصصون في الإعلام نظرية (حارس البوابة)، فقد ظهرت في النصف الثاني، القرن العشرين على يد كورت لوين فهو الذي طوّر النظريّة، وأثبت أن الرسالة الإعلاميّة تتعرض خلال رحلتها إلى الجمهور لنقاط تفتيش، وتمحيص وتدقيق، وهي عملية تتأثر بالقوى المحيطة بحارس البوابة.

هذه النظريّة جميلة جدًا، وفاعلة جدًا، ومؤثرة جدًا، إذا كان (حارس البوابة) يعي حجم المسؤوليّة الإعلاميّة، ويدرك أهمية (فلترتها) لتتوافق مع هوية الجمهور المستهدف، وتنسجم مع قيمه وثقافته، وهي – في المقابل- تعيسة جدًا، وخطيرة جدًا، إذا استغل هذا (الحارس) وظيفته في تمرير أهوائه، أو تحقيق مصالحه، أو تطويع (البوابة) لتتسلل من خلالها الأجسام الغريبة، والأفكار الرديئة التي تقوّض المجتمع، وتنخر في بنائه الثقافي، وتهدّد هويته وفكره.

ان الرسالة بما تحملة من معاني تمر بعدة مراحل حتى تصل عند الجمهور، وفي كل مرحلة من هذه المراحل هناك شخص يحدد ما الذي يعرض ويتم استبعاده، وهذا الشخص هو كحارس للبوابة وبالتالي ففي وسائل الإعلام هناك من هو قيم عليها ويحدد ما يتم عرضة أو ما يام استبعاده وفق مقاييس الإعلامي أو المؤسسة الإعلامية و بالتالي التأثير في المجتمع هو ناتج عن تأثهم بأفكار و اختيارات وقواعد و قيم حارس البوابة لأنة هو الذي يحدد المواضيع المطروحة. فتأثير هذه الوسائل يأتي في دور حارس البوابة في سماحه لهذة الرسائل أو منعه لها وهنا يتشابة دوره مع دور قائد الرأي ولكنه في حالة قادة الرأي فأن الإتصال جماهيري ومن خلال وسائل الإعلام.

مثال:

تنتقل الرسالة حسب أهواء و نظرة حارس البوابة. فالمحرر ينقل الحدث حسب رأية الشخصي ويعطية لرئيس التحرير وهنا يعرض ويمسح ما يناسبة ومالا يناسبه يلغيه أو يغيره و في هذه المراحل المختلفة يكون هناك عدة حراس للبوابة. والشكل المسموح به ليس فقط في كمية الرسالة ولكن أيضا في كيفية الرسالة وهذا هو مفهوم التأثير حسب نظرية حارس البوابة.

ثانياً: أساسيات وقواعد نظرية حارس البوابة:

1. **العوامل التي تؤثر على حارس البوابة الإعلامية:**

قيم المجتمع وتقاليده:

يؤثر النظام الاجتماعي بقيمه ومبادئه على القائمين بالاتصال، فقد يضحي القائم بالاتصال او وسائل الإعلام أحياناً بالسبق الصحفي بسبب قيم المجتمع وتقاليده.

المعايير الذاتية للقائم بالاتصال:

تلعب الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دوراً هاما مثل: النوع، والعمر، والدخل، والطبقة الاجتماعية، والتعليم، والانتماءات الفكرية أو العقائدية، ويؤثر الانتماء في طريقة التفكير واتخاذ القرارات.

المعايير المهنية للقائم بالاتصال:

يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله وتؤدي إلى توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها وذلك على النحو التالي:

سياسة المؤسسة الإعلامية: تتعدد ضغوط المؤسسة وتتمثل في عوامل خارجية (وجود محطات منافسة) وداخلية مثل (نمط الملكية - والنظم الإدارية)، فلكل وسيلة إعلامية سياساتها الخاصة وتظهر هذه السياسة في اهمال او

تحريف قصص معينة، و يتعلم العاملون في الوسيلة الإعلامية السياسة التحريرية عن طريق الاستيعاب التدريجي بدون تعليمات مباشرة يتم ذلك من خلال: (قراءة الجريدة – ومن احاديث زملائه – وعن طريق العاملين القدامى). هناك العديد من الأسباب التي تجعل الصحفي يخضع لسياسة الوسيلة الإعلامية منها (توقع المالك طاعته لانه يملك العقاب – شعور الصحفي بان هذه الوسيلة عمله – تطلعات الصحفيين لتحقيق ارباح اكبر عن طريق الوسيلة – عدم وجود تكتل لمعارضة سياسة الوسيلة).

مصادر الأخبار:

أشارت أغلب الدراسات إلى إمكانية استغناء القائم بالاتصال عن جمهوره، وصعوبة استغنائه عن مصادره ويتمثل تأثير المصادر على القيم الإخبارية والمهنية فيما يلي:

- تقوم وكالات الأنباء بتوجيه الانتباه على أخبار معينة بطرق عديد.
- تؤثر وكالات الأنباء على طريقة توزيع وسائل الاتصال لمراسليها وتقييمهم.
- تصدر وكالات الأنباء سجلاً يومياً بالأحداث المتوقع حدوثها.
- تقلد الصحف الصغرى الصحف الكبرى في أسلوب اختيار المضمون .

علاقات العمل وضغوطه:

يرتبط القائم بالاتصال مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق جماعة أولية ويتوحدون فيما بينهم ويجعل الصحفي على هذه الجماعة ودعمهما، كما يتضح التنافس على السبق الصحفي وكسب الثقة.

رابعاً – معايير الجمهور:

لاحظ الباحثان (شولمان) و(إثيل) أن الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال والعكس صحيح، حيث يؤثر الجمهور بتقبله للخبر على القائم بالاتصال ونوعية الاخبار التي يقدمها.

نظرية الرصاصة أو الطلقة:

ظهر التيار النظري الذي يقول بالتأثير القوي لوسائل الاتصال في العشرينات بعد نهاية الحرب العالمية الأولى، أطلقت على هذه النظرية عدة مسميات من أهمها:

نظرية الرصاصة أو الطلقة السحرية Magic Bullet Theory

أي أن الرسالة الإعلامية قوية جدا في تأثيرها شبهت بالطلقة النارية التي إذا صوبت بشكل دقيق لا تخطئ الهدف مهما كانت دفاعاته كما سميت نظرية الحقنة أو الإبرة تحت الجلدية **Hypodermic Needle** شبهت الرسالة هنا بالمحلول للذي يحقن به الوريد و يصل في ظرف لحظات إلى كل أطراف الجسم عبر الدورة الدموية و يكون تأثيره قوي ولا يمكن الفكاك منه.

تنطلق هذه النظرية من مجموعة من المسلمات:

تفترض أن المرسل يتحكم بشكل كلي في العملية الاتصالية لماذا؟

لأنه هو الذي يضع الرسالة و يقوم بتصميمها و بناءها ويختار الوسيلة أو القناة الأكثر تأثيرا وانتشارا ويختار التوقيت والظرف المناسب.

استقبال الرسالة هي تجربة فردية و ليست تجربة جماعية يعني أن الرسالة تصل إلى كل فرد بشكل مستقل وهو منعزل عن الآخرين. فلا تفاعل بينهم لماذا؟

لان الجماهير عبارة عن ذرات منفصلة وإن الفرد يتلقى الرسالة مباشرة من الوسيلة بدون وسيط.

- تفترض هذه النظرية أن الرسالة الإعلامية تصل إلى كل أفراد المجتمع بطريقة متشابهة **Uniform Reception**

أي أن كل فرد يستقبلها بنفس الطريقة يعني لا توجد فوارق بين الأفراد في تفاعلها معها.

- تفترض النظرية أن المتلقي سيستجيب دائما وبشكل قوي للرسالة التي يتلقاها بما يحقق هدف القائم بالاتصال فالمتلقي هو عنصر ضعيف جدا في العملية الاتصالية و مفعول به في حين أن المرسل هو العنصر المسيطر.

ثانيا: الخلفيات النظرية لنظرية التأثير القوي:

لقد تبلورت هذه النظرية كنتيجة لمجموعة من النظريات في مجالات مختلفة تنتمي إلى العلوم الاجتماعية ومن أهمها:

1. علم الاجتماع و نظرية المجتمع الجماهيري.
2. علم النفس ونظرية المنبه/ الاستجابة.
3. التحليل النفسي والنظرية الفرودية.
4. العلوم السياسية ونظرية لاسويل في الدعاية.
5. تطور الإذاعة والسينما كوسائل اتصال جماهيري.

1- علاقة نظرية المجتمع الجماهيري بالتأثير القوي:

(راجع نظرية المجتمع الجماهيري)

1. يتسم الأفراد في المجتمع الجماهيري بالعزلة النفسية عن الآخرين. فهم مجرد ذرات منعزلة.
2. يسود انعدام المشاعر الحميمية عند التفاعل مع الآخرين.
3. يشعر الفرد بالوحدة والقلق والضياع وفقدان المرجعيات سيلجأ لوسائل الاتصال الجماهيري.
4. لتعويض جماعات الأهل والعشيرة والقرية التي كان يشعر في إطارها بالاطمئنان وللتخلص من التوتر فهي تحل محل العلاقات الشخصية المجزية في المجالات التالية:
   - التسلية والإمتاع فهي وسيلة لتمضية الوقت والترفيه.
   - كمخدر ومسكن للشعور بالتوتر والقلق السائد في المجتمع الجماهيري.

- كمصدر للمعلومات في كل المجالات.
- كمرجعية للتوجيه والتنوير وتسهيل اتخاذ القرارات وتحديد الموقف بـدلا عن مجلس العشيرة ومختار القرية.

إن نظرية التأثير القوي تتلاءم وتتماشى مع نظرية المجتمع الجماهيري وقـد بلورت على أساسها:

2- علاقة نظرية المنبه/ الاستجابة النفسية مع نظرية التأثير القوي:

Stimulus Response Theory

1. أصبحت النظرية السلوكية Behavioral theory مهيمنة فـي مجـال علم النفس في بدايات القرن 20.
2. تفسر سلوكيات الفرد على انه مجرد ردود أفعال response على منبهات خارجية stimuli تأتيه من المحيط الذي يوجد فيه.
3. يمكن أن تأتي هذه المنبهات من المحيط الطبيعي مثل:

- الشعور بالبرودة أو الحرارة فردة الفعل ستتمثل في وضع ملابـس ثقيلـة وخفيفة.
- كما تأتي المنبهات من المحيط الاجتماعي مثل أن يوجه لك شخص رسـالة لطلب خدمة فتقدمها له.

4. لقد همش أصحاب هذه النظرية كل العمليات العقلية التي يمكـن أن يأتيهـا الفرد لماذا؟

لان كل ما يصدر عنه هو مجرد ردود أفعال على منبهات خارجية.

فلا يقوم الفرد بأعمال إرادية ولا يتخذ أية مبادرة.

5. اعتمد أصحاب نظرية التأثير القوي على النظرية السلوكية كيف؟

اعتبروا أن الرسائل الإعلامية التي تبثها وسـائل الاتصـال الجمـاهيري المختلفة هي بمثابة منبهات الخارجية كيف؟

6. فالدعاية السياسية هي منبه لدفعك كمتلقي لتحديد موقفك السياسي بالطريقة التي يرغب فيها المرسل.

7. والإعلان التجاري منبه خارجي لدفعك لإتباع سلوك استهلاكي محدد.

3- علاقة التحليل النفسي والنظرية الفرويدية بنظرية التأثير القوي للاتصال:

يعتبر فرويد Sigmund Freud أن سلوكيات الفرد تنبع من اللاوعي واللاشعور أو من العقل الباطن لكن ما علاقة الفرويدية بنظرية التأثير القوي؟

اعتبر أصحاب نظرية التأثير القوي أن نسبة كبيرة من الرسائل الإعلانية والدعائية تتوجه إلى لاوعي الفرد.

مثال: لترويج سلعة معينة يتم ربطها بشخصية جميلة أو قوية يتمنى المتلقي للرسالة في أعماقه التشبه بها مثل:

النجمة المشهورة أو الرياضي البطل.

إن نظرية المنبه/ الاستجابة والنظرية الفرويدية رغم اختلافهما الشديد، لهما قاسم مشترك ما هو؟ إنهما يهمشان الأفعال الإرادية للفرد.

4- الدعاية السياسية وعلاقتها بنظرية التأثير القوي Political propaganda

تبلورت الدعاية السياسية بشكل خاص خلال الحرب العالمية الأولى 1914-1918 لماذا؟

كانت جبهات القتال متحركة و لم تكن بعيدة عن المدنيين لأنها أول حرب في تاريخ البشرية تجند فيها كل طاقات البلدان المتحاربة واستغلت كل مواردها: الصناعة والزراعة والتجارة...

فكان لا بد من تحريك الأحاسيس ومشاعر الولاء للوطن وشحذ الهمم على مزيد من التضحية بالنسبة لكل فئات الشعب.

بالنسبة للعسكريين لرفع روحهم المعنوية لمزيد العطاء والمدنيين لحثهم على الالتحاق بصفوف القوات المسلحة والزيادة في الإنتاج لدعم "المجهـود الحربـي" كالعمل ساعات إضافية بدون مقابل أو التبرع...

كما توجه هذه الدعاية لصفوف العدو لماذا؟ لكسر الروح المعنويـة للعـدو سواء مدنيين أو عسكريين.

الدعاية السياسية السوفياتية:

تأسس الاتحاد السوفياتي في 1917 وأصبح في مواجهة مباشرة مع البلدان الرأسمالية ومن بينها الولايات المتحدة الأمريكية لماذا؟

يحرض الطبقات العمالية والشعبية في هذه الدول على الثورة وقلـب الحكـم الرأسمالي وإقامة نظام اشتراكي.

الدعاية النازية والفاشستية:

طور النظام النازي مع هتلر Hitler وجبلز Gobbles الدعاية على أسـس علمية لأول مرة في تاريخ البشرية. وجهت هذه الدعايات لكل من الدول الأوروبية وخاصة للولايات المتحدة الأمريكية.

ردود فعل الولايات المتحدة تجاه حملات الدعاية:

شعرت السلطات الأمريكية أن البلد مستهدف بشكل مباشـر بهـذه الدعايـة السوفياتية والنازية والفاشستية لماذا؟ خاصة مع اقتراب الحرب العالميـة الثانيـة 1939-1945.

لان الطبقة العمالية الأمريكية مستغلة من قبـل أصـحاب رؤوس الأمـوال خاصة بعد الأزمة الاقتصادية العالمية في 1929 حيث طالت البطالـة عشـرات الملايين من العمال.

كما أن هناك نسبة كبيرة من الامركيين ذوي الأصول الألمانيـــة والايطاليـــة والذين يمكن أن يتأثروا بدعاية ايطاليا أو ألمانيا لدفع أمريكا للخروج مـــن حيادهـــا ودخول الحرب العالمية الثانية إلى جانب المحور وضد الحلفاء.

اعتبرت السلطات الأمريكية أن النظام الديمقراطي والوحدة الوطنية في خطر فتم تكليف مجموعة من الأكاديميين المتخصصين في مختلف العلـــوم الاجتماعيـــة لدراسة الظاهرة و تقديم مقترحات عملية للمواجهة.

اتفق اغلب الدارسين أن تأثير الدعاية قوي جدا ويمكـــن أن يكـــون مـــدمرا لاسيما خلال فترة الحرب وأوصوا باتخاذ قرارات حازمة.

كان لاسويل Harold Lasswell عالم السياسة من بين الذين كلفوا بهـــذه المهمة، توصل لاسويل إلى أن تأثير مضامين الدعاية قوي جدا، ويزيد هذا التـــأثير كلما كان الوضع النفسي state of mind للجماهير غير مستقر ومضطرب.

وبما أن البلد في حرب لا يستطيع رجل الشـــارع أن يميـــز بـــين الإعـــلام الموضوعي والدعاية المضللة. ما الحل الذي يقترحه؟

اقترح لاسويل تشكيل لجان من "التقنوقراطيين" لتحليل مختلـــف المضـــامين الإعلامية والتأكد من خلوها من أية شوائب دعائية.

كان ليبمان Walter Lippmannn من بين المتخصصين الـــذين درســـوا الموضوع وخلص أن وسائل الاتصال لا يمكنها تنوير الرأي العام حول المضامين الدعائية فما الحل الذي اقترحه؟

اقترح تأسيس وكالات حكومية لتعقب المضامين الدعائية وتحديد مصـــادرها إلا أن مقترحات كل من لاسويل و ليبمان تفترض وضع نظام رقابي يمكن أن يكون مستهجنا في نظام لبرالي مثل النظام الأمريكي الذي يؤكد التعديل الأول لدســـتوره First Amendment على الحرية المطلقة لوسائل الإعلام.

اقترح ديوي John Dewey حلا عمليا لهذه المعضلة. ما هو الحل؟

محاربة الداء بنفس الأسلوب أي استخدام الدعاية المضادة Counter Propaganda لكنها ستكون دعاية بيضاء أو رمادية أي إنها لا تستخدم بشكل مكثف الأكاذيب والأباطيل ولا تهدف الشر بل الدفاع عن النفس وذلك على عكس الدعاية للسوداء التي لا تبحث إلا إلحاق الأذى والدمار بالجمهور المستهدف.

الخلاصة: اعتقاد بالقوة الخارقة للدعاية وتأثيرها.

5- تطور الإذاعة والسينما:

أ- الاعتقاد بالآثار المدمرة للسينما:

ابتكرت السينما الصامتة من قبل الأخوين لوميار Lumiere في 1895 ولم تظهر السينما الناطقة إلا في 1929 فانتشرت على نطاق واسع أفلام رعاة البقر وافلام الجريمة وافلام الجنس من اجل كسب مزيد من الأرباح فارتفعت الأصوات لانتقاد آثارها المدمرة على المجتمع فقد فسروا تفاقم الجريمة والعنف كنتائج مباشرة للسينما وتردي الأخلاق العامة بسبب الأفلام الخليعة وزيادة السلوكيات العنيفة لدى الأطفال بسبب أفلام الكرتون.

ب- الآثار القوية للإذاعة المسموعة:

تطورت الإذاعة المسموعة بعد الحرب العالمية الأولى حينما زاد عدد المحطات التي تبث بشكل منتظم أصبحت الإذاعة الوسيلة الاتصالية الأولى بدون منازع فهي تشبه وضع التلفزيون حاليا لماذا؟

لأنها وسيلة اتصال اخترقت كل الحواجز:

- حاجز الأمية حيث أنها تستقبل حتى من قبل الأميين.
- الحواجز الجغرافية لعدم احتياجها لمسالك توزيع مثل الصحفية.
- الحواجز السياسية لأنه لا يمكن منعها أو مصادرتها وحتى إقامة محطات تشويش تعتبر عملية مكلفة.

ثم أن وقع الرسالة المسموعة و تأثيرها اكبر من الرسالة المكتوبة لماذا؟

لأنه يتوفر للوقت الكافي للقارئ للتفكير والتمحيص في المضمون المقترح عليه فيطالعه مرة ثانية و يمكن أن يكتشف التناقضات أو النقاط غير المنطقية.

في حين أن الرسالة الشفوية لاسيما في شكل خطبة عصماء تأتي على لسان خطيب مفوه لا تترك للمتلقي أية فرصة للتأمل والتحليل المنطقي.

لذا ساد الاعتقاد أن احتمال التلاعب بعقول عامة الناس أسهل بكثير عند استخدام الإذاعة ومما رسخ هذا الاعتقاد حادثة "غزاة المريخ" هي نكتة سرعان ما انقلبت إلى ظاهرة كانت لها أبعاد خطيرة و تتمثل في الآتي:

- المكان: الولايات المتحدة الأمريكية.
- الزمان: عيد القديسين Hallowin نوفمبر 1938.

Orson Wells70 مقدم برامج في شبكة CBS الإذاعية قرر اقتباس رواية الخيال العلمي "حرب العوالم" التي تروي غزو سكان المريخ للأرض لكن قام بإخراجها بطريقة ذكية جدا لتبدو للمستمعين وكأنها حادثة حقيقية حصلت بالفعل.

تبدأ المسرحية بنقل حي لحفل موسيقي يقام في احد الفنادق الفخمة بمدينة نيويورك بمناسبة عيد القديسين يقطع البث المباشر لإذاعة خبر عاجل حول هبوط مركبة فضائية غريبة الشكل ثم يعود البث المباشر للحفل ويقطع بعد ذلك تباعا لتقديم مزيد من التفاصيل حول الحدث الغريب بطريقة تصاعدية.

- تقدم شهادات شهود عيان يفترض أنهم حضروا الحدث يتحدثون عن المخلوقات العجيبة الخضراء.
- تقدم مقابلات مع مختصين في علم الفلك وعلوم الأحياء.
- يقدمون تحليلاتهم للوضع مما يزيد من مصداقية الحدث.

كما تجرى مقابلات مع قادة في الجيش وكبار رجال الشرطة للتعرف على المخاطر التي يمكن أن تنجم عن هذا الغزو وما هي خططهم لمواجهة الموقف.

ما هي نتيجة هذه الدعابة التي تبدو بريئة؟

لقد انطلت الخدعة على مئات الآلاف من المستمعين الذين أصابهم هلع شديد واعتبروا أن هذه الأخبار حقيقية فغادر عشرات الآلاف بيوتهم حاملين معهم ما خف وزنه وغلا ثمنه مع حدوث فوضى لا توصف على الطرقات واختناقات وحوادث مرورية لا تعد ولا تحصى.

وحتى الذين يقطنون مناطق بعيدة عن الموقع المفترض للهبوط فقد تمترسوا في بيوتهم وكدسوا المؤن أمام هذه التطورات غير المتوقعة والمشاكل التي تسببت فيها بادرت كل وسائل الإعلام والسلطات بتكذيب الخبر وأكدت أنها مجرد "كذبة ابريل" إلا أن الجمهور لم يصدق ذلك واعتبر أنها مجرد تطمينات.

فلجا المقدم إلى إعلان أن المخلوقات الغازية بدأت تموت لان جهازها المناعي لم يتمكن من تحمل بعض البكتيريا الموجودة في الأرض اعتبرت حادثة غزاة المريخ بمثابة إثبات لا يدع أي مجال للشك بان تأثير الإذاعة ووسائل الإعلام بشكل عام قوي جدا ولا يمكن أن يقاوم وأن لدى الجمهور قابلية لتصديق كل ما يقال له مهما كان غريبا وغير منطقي لان المرسل حسب نظرية الرصاصة قوي جدا و مسيطر على العملية الاتصالية في حين أن المتلقي ضعيف ومطيع و مستسلم واعزل ليس لديه أية دفاعات تجاه الرسالة أو الطلقة أو الحقنة.

نقد نظرية التأثير القوي للاتصال:

لاقت هذه النظرية رواجا كبيرا خلال فترة ما بين الحربين لأنها كانت متسقة مع النظرية الاجتماعية السائدة آنذاك (المجتمع الجماهيري) والنظرية النفسية والتحليل النفسي وتوفر تفسيرا منطقيا لكل من يعتقد أن لوسائل الاتصال قوة خارقة ولا محدودة.

لكن النظرية لاقت انتقادات مختلفة سنشير لبعضها:

1. اعتمدت هذه النظرية بالدرجة الأولى على علم النفس وعلم النفس الاجتماعي والتحليل النفسي.
2. وأكدت أن الرسائل الإعلامية تأثر فقط على الجوانب النفسية الشعورية واللاشعورية للأفراد.
3. لكنها تجاهلت كل العوامل السياسية والثقافية والاقتصادية التي يمكن أن تأثر على العملية الاتصالية.

مثال: إن الدعاية النازية في عهد هتلر لم تأثر على الشعب الألماني باستخدامها للاشعور فقط بل لأنه استخدم الرعب والتقتيل لإخضاع الجماهير وانتقدت هذه النظرية من قبل أصحاب المؤسسات الإعلامية لأنها تقوم بتحريض الرأي العام والسلطات الأمريكية ضدهم وتدفعها لاتخاذ إجراءات تحد من حرية تصرفهم في اختيار المضامين التي تدر عليهم أرباحا وفيرة مثل العنف والإثارة والجنس...

نظرية التأثير المحدود:

التأثير المحدود" أوالتعرض الانتقائي .(Selective Exposure) ويستند الفهم الجديد لتأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية على الجمهور إلـــى مســلمات نفســية واجتماعية مختلفة تماماً عن تلك الافتراضات والمسلمات التي استند إليها الباحثون السابقون، كما يعكس أيضاً تقدماً في أساليب البحث العلمي المتبعة في تلك المرحلة لقياس هذه التأثيرات .

وينضوي تحت هذه النظرية نماذج أومداخل مختلفة أهمها:

أ. مدخل الفروق الفردية: يركز أصحاب هذا المدخل على دور عملية التعلــيم والتعلم كمصدر من مصادر الفروق بين الأفراد في اســتجاباتهم لوســائل الاتصــال الجماهيرية، وعلى دور الأفراد فـــي إنتقـــاء وســائل الاتصـــال الجماهيرية التي يودون التعرض لها؛ فالتأثير الذي تحدثه هــذه الوســائل عليهم، إنما يخضع لظروف الفرد الذاتية، ولسماته الشخصية.

ب. مدخل الفئات الاجتماعية :(Social Categories) تختلف توجهات أصحاب هذا المدخل ومنطلقاتهم عن منطلقات المدخل السابق. فهم وإن كانوا يقرون بوجود فروق فردية بين الأفراد في المجتمع، كما يذهب أصــحاب مــدخل الفروق الفردية، إلا أنهم يختلفون معهم في نظرتهم إلى لستجابات هــؤلاء الأفراد لوسائل الاتصال. فالأفراد، كما يــرى أصــحاب مــدخل الفئــات الاجتماعية، لا يوجدون كذرات مستقلة أومنفصلة عن بعضها البعض داخل المجتمع، وإنما هم يتعنقدون أو يتجمعون في فئــات أوشــرائح أوطبقــات اجتماعية معينة، ويتميزون بخصائص متشابهة كتشــابههم فـــي الـــدخل، أوالعقيدة، أوالطائفة، أوالعرق، أوالحزب، أوالطبقة، أو القطاع الاجتمــاعي "الريف وحضر"، أوالعمر أوالمهنة...إلخ. إن هذا التشابه فـــي الخصــائص تجعل من كل فئة من هذه الفئات فئة اجتماعية مغايرة للفئات الأخرى فـــي

طرق تعاملها واستجاباتها لوسائل الاتصال الجماهيرية. وهكذا، فإن الفئات المتشابهة تستجيب لوسائل الاتصال بطرق متشابهة.

ث. مدخل العلاقات الاجتماعية:(Social Relations) وأما المدخل الآخر الذي ينضوي تحت نظرية التأثير المحدود لوسائل الاتصال الجماهيرية، والـذي كان له دور كبير في كشف المزيد عن طبيعة العلاقة بين وسائل الاتصـال والجمهور، والذي أثرت نتائج البحوث التي أجراها المدافعون عنه إلى تقدم ملموس وواضح في مسيرة التفكير الاجتماعي بمسألة طبيعة هذه العلاقـة، فهو المدخل المعروف باسم مدخل العلاقات الاجتماعية .

ويرى الباحثون هنا أن طبيعة العلاقات الاجتماعية السائدة في المجتمع الذي تعمل فيه المؤسسة الاتصالية (رسمية أم غير رسمية، مغلقة، أم مفتوحـة، فاترة أم حميمية، صراعية أم تعاونية...إلخ) تحدّ وتقلـل مـن التـأثيرات المباشرة والفورية لوسائل الاتصال على الأفراد. فالعلاقات غير الرسـمية والمفتوحة السائدة في مجتمع ما، قد تعمل على حماية الأفراد، من تأثيرات وسائل الاتصال المباشرة عليهم، وتقلل من مخاطرها وانعكاساتها السلبية .

وقد توصل الباحثون إلى هذه النتيجة من خلال دارساتهم التي أجروها على السلوك الانتخابي في أثناء الحملة الإعلامية لانتخابات الرئاسة الأمريكيـة في الأربعينيات. حيث تبين لهم مدى فاعلية الدور الذي تقوم به العلاقـات الشخصية والاجتماعية في هذا السـلوك فـي مجمـل عمليـة الاتصـال الجماهيري خلال تلك الحملة، ودور الجماعات المرجعيـة (Reference Groups) أيضاً في التأثير على هذا السلوك. إذ تعمل هـذه الجماعـات كعوامل وسيطة تحمي الأفراد من التأثيرات المباشرة لوسـائل الاتصـال. وهذا يعني أن غالبية الأفراد لا يحصلون على معلومتهم بشكل مباشر مـن

هذه الوسائل، وإنما هناك عوامل وسيطة تتوسط بينهم وبينهـا. كالأسـرة مثلاً، واتحاد النقابات، والجمعيات وقادة الرأي.. ..ألخ.

إن تدفق العملية الاتصالية، إذن، يمر بخطوتين، وليس بخطوة واحدة كمـا كان يظن في السابق: الخطوة الأولى تبدأ حين تخرج الرسالة من المؤسسة الاتصالية إلى الجمهور، ولكنها لا تصل إليه مباشرة، بل تمر عبـر قـادة الرأي، فيتلقاها هؤلاء القادة باعتبارهم عوامـل وسـيطة بـين المؤسسـة الاتصالية وبين الأفراد، ولما الخطوة الثانية فتبدأ حين تخرج الرسالة مـن قادة الرأي هؤلاء إلى بقية أفراد المجتمع.

ونجد تأكيداً لدور قادة الرأي أيضاً في الحد من تأثيرَ قوة وسـائل الاتصـال على الأفراد لدى أصحاب مدخل آخر يعرف باسم "انتشار المبتكـرات ". يـذهب أصحاب هذا المدخل وبخاصة روجرز وشوميكر، (Rogers and Shoemaker) إلى تأكيد فرضية تدفق سير العملية الاتصالية على مراحل، وإلىالدور الحاسم الذي يمارسه قادة الرأي في التأثير على الأفراد خلال كل مرحلة من هذه المراحل. ففي نظريتهما المعروفة باسم انتشار المبتكرات (Difussion of Innovation) ، ذهبا إلى القول بأن انتقال المعلومات، وبخاصة حول المبتكرات أو الأفكار الجديدة فـي المجتمع، يمر بأكثر من خطوة، وينساب عبر عدد كبير من الأفـراد يسـمح لهـم بالتدخل في توضيح بعض الجوانب المتعلقة بهذه المبتكـرات. إن دور الاتصـال، حسب رأيهما، في هذه الحالة يتجسد في إثارة اهتمام الأفراد بهذه المبتكرات الحديثة وتهيئتهم لتقبلها. وفي هذه الحالة فإن الدور الأكبر والفعلي في انتشـار المبتكـرات إنما يرجع إلى ما يمارسه قادة الرأي من تأثيرات معينة عليهم.

ومن أشهر المداخل الأخرى التي تندرج تحت نظرية التأثير المحدود، والتي تعتبر إسهامات روادها في تفسير استخدام الأفراد لوسائل الإتصال مهمة في إعادة

النظر في مسألة تأثير وسائل الإتصال، فهو المدخل المعروف باسم الاستخدامات والإشباعات (Uses and Gratifications) .

يرى أصحاب هذا المدخل، أن وسائل الاتصال تعتبر مصدراً حيوياً ونافعاً في تزويد الأفراد بما يريدونه من معارف، وفي تلبية ما لديهم من حاجات ومتطلبات. لذا، فهم حين يلجأون إلى هذه الوسائل إنما يكون من أجل تحقيق هذه الحاجات والعمل على إشباعها .

وهكذا فإن تعامل الجمهور مع هذه الوسائل بهذه الطريقة يعمل على حمايته من طغيان تأثيرات هذه الوسائل عليه، كما يقول إبلشتاين، أكثر مما تعمله أية عوامل أخرى ذلك أن وسائل الاتصال في هذه الحالة ليست هي التي تحدد للأفراد نوع الرسائل أو المضامين التي يتوجب عليهم مشاهدتها أو التعرض لها، وإنما الأفراد أنفسهم هم الذين يتحكمون بتلك الرسائل بالطريقة التي يريدونها وبالوسيلة التي يختارونها من أجل إشباع حاجاتهم المختلفة (كالحصول على المعرفة، والترفيه، والمعلومات، والأخبار...إلخ) .

وعلى الرغم من أهمية هذا المدخل في استجلائه لجانب مهم من جوانب تعامل الأفراد مع وسائل الاتصال في تلك المرحلة، إلا أنه تعرض لبعض الانتقادات التي دفعت بعض الباحثين إلى إعادة النظر في بعض افتراضاتهم ومسلماتهم حوله، وإجراء بعض التعديلات عليها والتوضيحات على بعضها الآخر في السنوات اللاحقة، حيث لا يزال يتبع هذا المدخل العديد من الباحثين في الدراسات الاتصالية ممن يرون في افتراضاته بعض جوانب الصحة التي تساعدهم في فهم طبيعة العلاقة بين هذه الوسائل والأفراد.

وبالرغم من تعدد المداخل الفرعية التي تنضوي تحت (نظرية التأثير المحدود) فإن جميع الباحثين الذين ينضوون تحت لوائها كانوا قد حاولوا، في الواقع، للتأكد من صحة ادعاءات مدخل التأثير القوي والمطلق لوسائل الاتصال

الجماهيرية على الأفراد؛ إذ قاموا بإجراء دراسات وبحوث ميدانية عديدة للتأكد من صدق هذا الإدعاء، بدأت من الأربعينيات واستمرت حتى نهاية الخمسينيات تقريباً، لم توصلهم إلى أي دليل يدعم صدق ما ذهب إليه ذلك الادعاء السابق، بل توصلوا إلى نتائج معاكسة تماماً؛ إذ تبين لهم أن تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية على الأفراد ليس فورياً ولا مباشراً من جهة، وليس متجانساً في قوته أيضاً من جهة أخرى؛ بل هوتأثير يختلف باختلاف الفروق النفسية والمزاجية للأفراد الناشئة عن تباين طرق تنشئتهم الاجتماعية وتمايز أساليب اكتسابهم لخبراتهم المتنوعة .

وبالإضافة إلى ذلك، فقد أفضت نتائج دراساتهم التي أجروها في هذا المجال، الى التأكيد على انه يجب النظر الى قوة وسائل الاتصال أو ضعفها، سواء أكان ذلك مباشراً أم غير مباشر، مقصوداً أم غير مقصود، من خلال العمليات الاختيارية أوالانتقائية التي يقوم بها الفرد للمحتوى المعرفي الذي يتعرض له في هذه الوسائل؛ اذ تعمل هذه العمليات كعوامل وسيطة في العملية الاتصالية، من شأنها أن تحد من تأثيرات وسائل الاتصال القوية والمباشرة عليه.

وقد اتضح لهم من خلال هذه الدراسات أيضا، أن الأفراد يعرضون أنفسهم بشكل طوعي أو اختياري (Selective Exposure) للوسيلة الاتصالية التي يريدونها، والتي يتوافق محتواها مع ميولهم واهتماماتهم واعتقاداتهم، كما تبين لهم كذلك ان الأفراد انما يدركون الرسائل الاتصالية التي يتعرضون لها في هذه الرسائل، ويفسرون محتوياتها وفقا لأذواقهم ومصالحهم وتوقعاتهم. هذا إضافة الى انهم يتذكرون بشكل انتقائي ما يحبونه أو يرغبونه، ويتجنبون تذكر أو استرجاع ما لا يحبون أو يرغبون من محتويات هذه الرسائل الاتصالية التي يتعرضون لها. وهكذا كشفت الدراسات الميدانية التي قام بها هؤلاء الباحثون، أن وسائل الاتصال لا تؤثر تأثيراً مباشراً على الافراد، ولكنها تعمل من خلال ما أسموه بالعمليات الاختيارية اوالعوامل الوسيطة.

وقد استعرض الباحث جوزيف كلابر في الستينيات الدراسات التي اجريت حول تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية على الافراد، وخرج بعدة تعميمات يمكن تلخيصها بما يلي:

"إن وسائل الإتصال ليست عادة السبب الكافي أوالضروري لإحداث التأثير على الجماهير. ولكنها تعمل مع، ومن خلال، بعض العوامل والمؤثرات الوسيطة. وفي الحالات الخاصة التي تعمل فيها وسائل الاتصال على حدوث تغيير، فمرد ذلك هوعدم قيام العوامل الوسيطة بدورها في هذه الحالة، وبذا يصبح تأثير وسائل الإتصال مباشراً، اوان العوامل الوسيطة التي تميل الى تدعيم الاتجاهات الموجودة لدى الفرد وتقويتها لديه، تساعد هي نفسها على إحداث التأثير أو التغيير.

ويجب ألا يفهم من النتيجة التي توصل اليها كلابر، أن وسائل الاتصال الجماهيرية عديمة التأثير على الأفراد في كل الظروف، وإنما يعني انها تمارس عملها وتأثيراتها ضمن نظام العلاقات الاجتماعية القائمة في المجتمع الذي تعمل فيه هذه الوسائل. وفي ظل ظروف ثقافية واجتماعية محددة تعمل هذه الظروف والعلاقات، وبخاصة غير الرسمية، على الحد أو التقليل من تأثيرات هذه الوسائل. وبالإضافة إلى ذلك، توصلت الدراسات السابقة الى أن تأثيرات وسائل الاتصال ترتبط ايضا باعتبارات فردية، وسمات شخصية، وظروف الفرد الذاتية. فما يتعلمه الأفراد من وسائل الاتصال لا يؤدي بالضرورة الى تغيير اتجاهاتهم، واذا ما أدى إلى ذلك في حالات معينة ومحدودة، فإنه قد لا يؤدي الى تغيير في سلوكاتهم وتصرفاتهم. فالتأثير، في الواقع، يخضع، حسب وجهة نظرهم، لاعتبارات كثيرة أهمها كما قلنا، ظروف الفرد الذاتية وطبيعة العلاقات الاجتماعية القائمة في المجتمع؛ إذ تعمل هذه العوامل على حماية الأفراد من تأثيرات وسائل الاتصال المباشرة والفورية عليهم.

وهكذا لم يعد يُنظر إلى الأفراد حسب المدافعين عن هذه النظرية، بمداخلها/ نماذجها المختلفة، على أنهم مجرد تجمّع سلبي وخامل، (Passive) في تعاملهم مع هذه الوسائل، بل هم أفراد فاعلون (Active) في هذا التعامل، لديهم حرية اختيار الوسيلة الاتصالية التي يريدون التعامل معها أو مع مضامينها الثقافية والمعرفية (Selective Exposure) ويدركون هذه المضامين بطرق انتقائية/ اختيارية (Selective perception)، كما أنهم يتذكرون بطرق اختيارية ما يريدون تذكره من هذه المضامين .(Selective recalling) إن هذا التعرض الانتقائي أوالاختياري هو الذي يحميهم من مخاطر التأثير القوي لهذه الوسائل عليهم، كما كشفت عنه نتائج دراسات الباحثين في هذا المجال في تلك الفترة من تطور التفكير الاجتماعي في مسألة فهم العلاقة بين وسائل الاتصال الجماهيرية وبين الأفراد.

وهكذا، فإن نظرية التأثير المحدود بنماذجها السابقة المختلفة، كانت قد عملت على تقديم صورة مختلفة ومتباينة إلى حد كبير عن تلك التي قدمها أصحاب مدخل التأثير القوي المباشر بشأن طبيعة العلاقة بين الأفراد ووسائل الاتصال الجماهيرية. ولكن البحث العلمي في مسألة التأثيرات لم يتوقف عند هذا الحد، بل استمر في الكشف عن فهم طبيعة العلاقة بين وسائل الإتصال الجماهيرية والأفراد؛ إذ طرأت في السنوات اللاحقة، بعض التغيرات والتعديلات على هذه النظرية تعكس التقدم الذي طرأ على الفكر الاجتماعي في هذه المسألة. ولقد تمخضت هذه التعديلات عن نظرية ثالثة شكلت اسهاماً مهماً وجديداً في فهم مسألة تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية.

نظرية التأثير المعتدل:

شهدت السنوات اللاحقة (الستينيات والسبعينيات) تطوراً في التفكير الاجتماعي بمسألة تأثيرات وسائل الاتصال على الجمهور، كما أشرنا، أفضى إلى ظهور نظرية جديدة تدعوإلى إعادة النظر في فهم طبيعة العلاقة بين وسائل الاتصال الجماهيرية وبين الأفراد .

يرى أصحاب النظرية الجديدة أن الفهم السابق لمسألة التأثير، برغم أهميته، يبقى غير دقيق وغير كاف لفهم هذه العلاقة المعقدة، وينقصه العديد من المتغيرات التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند دراسة هذه العلاقة؛ كما انهم يرون أيضا ان تقليل نظرية التأثير المحدود السابقة من شأن تأثير وسائل الاتصال على الأفراد، واهتمامها بالتأثير ذي المدى القصير والمباشر، واستبعادها للتأثيرات ذات المدى البعيد وغير المباشر، وانحصار اهتمامها بتأثير هذه الوسائل على آراء الأفراد واتجاهاتهم فقط، كان قد جعل منها نظرية غير موفقة في تقديم فهم شامل لمسألة التأثير الذي تحدثه وسائل الاتصال على الأفراد. ومن هنا كانت الحاجة، برأيهم، إلى نظرية جديدة لا تبالغ في تصوير قوّة وسائل الاتصال، ولا تقلل من شأن هذه القوّة أو تنفيها.

وتتكون نظرية التأثير المعتدل لوسائل الاتصال الجماهيرية من عدة نماذج فرعية، يشكل كل نموذج/ مدخل منها إضافة جديدة الى ما سبقه من نماذج من حيث فهمها لمسألة التأثيرات. ويمكن تلخيص كل مدخل منها كما يلي:

أ. مدخل ترتيب الأولويات – الأجندة .(Agenda Setting)

يرى أصحاب هذا المدخل أن وسائل الاتصال بمقدورها توجيه الرأي العام، والتأثير على المدى الطويل في تشكيل اهتماماته حول قضية ما من القضايا الاجتماعية اوالسياسية اوالاقتصادية، وذلك من خلال التركيز عليها في هذه الوسائل حتى تستحوذ على اهتماماته وانتباهه. أي أن الدور الفعلي لهذه الوسائل، كما يرون، يكمن في تحريك اهتمامات الجمهور بقضايا وموضوعات بعينها لتتفق في ترتيبها مع الترتيب الذي تضعه هذه الوسائل لأهمية هذه القضايا والموضوعات؛ فمثلما يحدد أويرتب جدول أعمال أي مؤتمر أولقاء أواجتماع الموضوعات التي سوف تجري مناقشتها بناء على أهميتها حسب ذلك الجدول، تقوم وسائل الاتصال الجماهيرية بالوظيفة نفسها. أي أنها تفرض على الجمهور جدول أعمالها الذي يحدد لهم الأهم، والمهم، والأقل أهمية، وغير المهم من تلك الموضوعات.

ولقد لخص الباحثان لانج ولانج هذا المدخل والافتراضات القائم عليها كمـــا يلي:" ان وسائل الاتصال هي التي توجه اهتمام الجمهور نحوقضايا بعينها، وهـــي التي تطرح الموضوعات عليه، وهي التي تقترح ما الذي ينبغي ان يفكر فيه، ومـــا الذي ينبغي ان يعرفه أو يشعر به" فعلى سبيل المثال حين تقرر وسيلة اتصالية مـــا ان قضية ما من القضايا "كالإرهاب" مثلا، هي قضية مهمة، أو أن شخصاً ما هـــو شخص "إرهابي"، أو أن مطربة ما من المطربات هي مطربة "مهمة" فإنها تعطيهـــا مساحة أو تغطية واسعة وتخصص لها وقتاً كافياً في عروضها وتكرّر ذلك بشـــكل دائم، حتى تبدو تلك القضية، كما يقول أصحاب هذا المدخل، قضـــية هامـــة لـــدى الجمهور الذي يتعرض لتلك الوسيلة الاتصالية، وتكتســـب عنـــدهم أولويـــة مـــن أولوياتهم.

وعلى الرغم من الانتقادات التي وجهت الى هذا المدخل، الا انه أســـهم فـــي تعميق الفهم لذلك الدور الذي تمارسه وسائل الاتصال الجماهيرية في التأثير علـــى الافراد، وبخاصة التأثير على المدى البعيد.

ب. مدخل التثقيف أو الغرس الثقافي (Cultivation Approach)

يعتبر هذا المدخل تطبيقاً للافكار الخاصة بعمليات بنـــاء المعـــاني وتشـــكيل الحقائق الاجتماعية والتعلم بالملاحظة، والأدوار المنسوبة الى وسائل الاتصال فـــي هذه العمليات؛ حيث ينسب دعاة هذا ا لمدخل الـــى هـــذه الوســـائل دوراً واضـــحاً وملموساً في ذلك.

وقد قام الباحثون من التأكد امبريقياً من هذا الادعاء، فقاموا بدراسات ميدانية امتدت لسنوات طويلة، استمرت في الواقع طيلة الستينيات والسبعينيات حول قـــدرة هذه الوسائل على تشكيل المعاني والمعتقدات والصور الرمزية حول قضية شـــغلت

المجتمع الامريكي في تلك السنوات، وهي قضية الجريمة والعنف الذي ساد ذلك المجتمع في تلك الفترة.

وقد قادتهم دراساتهم الى نتيجة مفادها ان تعرض الفرد المتكرر للتلفزيون ولفترات طويلة ومنتظمة تنمي لديه اعتقاداً بأن العالم الذي يشاهده هو صورة عن العالم الاجتماعي الذي يعيشه .

وهكذا فإن هذا المدخل يرى ان وسائل الاتصال تؤثر بشكل قوي على ادراك الافراد للعالم الخارجي وتبني لديهم اعتقادات خاصة حول طبيعة هذا العالم، وخاصة اولئك الذين يتعرضون لهذه الوسائل بشكل مكثف ولمدة طويلة من الزمن. وعليه فإن الصور الذهنية التي يحملها هؤلاء الافراد في رؤوسهم ما هي إلا نتيجة لهذا التكرار.

وتؤكد هذه الدراسات ايضاً أن تأثير التلفزيون كوسيلة اتصالية فاعلة ومؤثرة في تكوين هذه الصور الرمزية عن العالم الاجتماعي، إنما هوتأثير يتم على المدى الطويل، أي أنه يحتاج إلى فترة طويلة حتى تظهر آثاره من خلال عملية تراكمية ممتدة زمنياً، كما أنه تأثير غير مباشر على الأفراد، وغير متجانس أيضاً في قوته على الجميع ؛ فتأثيره على الصغار يكون أقوى منه على الكبار، ذلك لأن الصغار لم تتكون لديهم القدرة على التمييز بين الحقيقة والخيال؛ ويكون تأثيره على الصغار في الأسر المفككة أقوى من تأثيره على الاطفال في الاسر المتماسكة.

ث-مدخل الاعتماد على وسائل الاتصال (Dependency Approach)

يتناول هذا المدخل وسائل الاتصال باعتبارها أنظمة اجتماعية (Social Systems) ذات طبيعة تفاعلية مع الأنظمة الأخرى الموجودة في المجتمع (كالنظام الاقتصادي والسياسي). وقد أضاف هذا الفهم لطبيعة العلاقة بين وسائل الاتصال والأفراد بعداً جديداً ومهماً لم يلتفت إليه الباحثون في السنوات السابقة مطلقاً.

إن النظر إلى وسائل الاتصال بوصفها أنظمة اجتماعية تتداخل مع الأنظمة الأخرى الموجودة في المجتمع، وتحديد طبيعة هذا التداخل والتفاعل بينها، هو الذي يقرر مدى قوة التأثير الذي تحدثه هذه الوسائل أو ضعفه من جهة، أوتجعل منه تأثيراً مباشراً أو غير مباشر على الأفراد سواء، أكان قصير المدى أم بعيده، من جهة أخرى .

ويذهب دوفلور، بوصفه أحد أقطاب هذه النظرية والمدافعين البارزين عنها، إلى القول بأن فهمنا لطبيعة التأثير، ومستواه وقوته ومداه سيستعصي علينا، ما لم نستطع تحديد الاعتماد المتبادل (Interdependent) بين كل من مؤسسة الاتصال الجماهيرية، باعتبارها نظاماً اجتماعياً، وبين النظام السياسي والاقتصادي في المجتمع، وبين الجمهور.

وأما فيما يتصل بعلاقة النظام السياسي بالمؤسسة الإعلامية، فهو، في الواقع، يلجأ إليها لتساعده في نشر سلطته، وفرض هيمنته، والترويج لأفكاره ومبادئه في المجتمع؛ في حين نجد أن النظام الاقتصادي يلجأ إليها لدوافع أخرى تكمن في قدرتها على الترويج لمشاريعه الضخمة والإعلان عنها. ولا توجد مؤسسة أخرى، كما يقول دوفلور، ويؤيده في ذلك الباحث هربرت شيللر، بمقدورها القيام بهذا الدور بفاعلية كالمؤسسة الاتصالية التي لا تستغني هي الأخرى عن دعم هذين النظامين لها وحمايتهما السياسية والمادية لها في ترويجها ونشرها لمنتجها الثقافي .

وأما فيما يتعلق بالاعتماد المتبادل بين المؤسسة الاتصالية والجمهور، فيرى دوفلور أن الجمهور لا يستطيع الاستغناء عن هذه المؤسسة أيضاً، فهي التي تزوده بالمعرفة والمعلومات والأخبار بكافة أشكالها وأنواعها محلياً وخارجياً، وهي التي تعمل على توجيه سلوكه وتفاعله وطريقة تعامله مع المواقف الطارئة من خلال ما تقدمه له من معارف ومعلومات وخبرات، وهي أيضاً التي تعمل على ترفيهه وتسليته ليروّح عن نفسه عناء التعب اليومي في مجتمع رأسمالي لا يرحم.

ويؤكد دوفلور هنا، أنه على الرغم من وجود مؤسسات أخرى في المجتمع تقوم بتحقيق هذه الحاجات والأهداف للفرد (كالأسرة والأصدقاء وبعض الاتحادات والجمعيات التي ينتمي إليها الفرد.... الخ)، إلاّ أن اعتماد الفرد على المؤسسة الاتصالية في المجتمع المعاصر في تحقيق ذلك يفوق أي اعتماد آخر. فهذه المؤسسة هي التي تسيطر على مصادر المعلومات التي يحتاجها الفرد في حياته اليومية أكثر من غيرها، الأمر الذي يجعل الإعتماد عليها أمراً ضرورياً لا يمكن الاستغناء عنه. ونظراً لتباين الافراد واختلافهم في اهدافهم ومصالحهم وحاجاتهم فانهم، كما يقول دوفلور، يختلفون في درجة اعتمادهم على هذه المؤسسة .

ويقدم دوفلور نموذجاً دقيقاً لفهم طبيعة تأثيرات المؤسسة الاتصال الجماهيرية، بوصفها نظاماً اجتماعياً متداخلاً ومترابطاً مع أنظمة أخرى في المجتمع. ويقوم هذا النموذج على فهم دقيق لثلاثة عناصر متداخلة هي:

1. طبيعة البناء الاجتماعي للمجتمع الذي تعمل فيه المؤسسة الاتصالية.
2. طبيعة الأفراد من حيث مدى اعتمادهم على هذه المؤسسة في تزويدهما لهم بالمعرفة والمعلومات الضرورية في حياتهم.
3. طبيعة المعلومات نفسها التي تقدمها المؤسسة الاتصالية للأفراد. وإذا ما تمكنا من تحديد طبيعة الاعتماد المتبادل بين هذه النظم الثلاثة، استطعنا، كما يقول دوفلور، تحديد نوع التأثير الذي ستحدثه هذه المؤسسة على الأفراد سواء أكان وجدانياً، أم معرفياً أم سلوكياً، واستطعنا كذلك تحديد مستوى قوته أوضعفه وتمكنا أيضاً من تحديد مدى قوة هذا التأثير سواء أكان قصير الأجل أم بعيده.

لقد سيطر هذا المنظور الجديد، والفهم الدقيق في تفسير طبيعة العلاقة بين وسائل الاتصال والجمهور على تفكير العديد من الباحثين، ليس فقط في السبعينيات بل في السنوات التي تلت ذلك، وهي السنوات التي شهدت زخماً هائلاً في بحوث

تأثير وسائل الاتصال وبخاصة التلفزيون باعتباره القناة الأكثر جاذبية وجدلاً في حقيقة تأثيراتها على الجمهور .

ولابد من التأكيد هنا، على مدى تأثر البحوث والدراسات الاتصالية في هذه المرحلة من مراحل تطور التفكير الاجتماعي بمسالة طبيعة العلاقة بين وسائل الاتصال الجماهيرية والجمهور بالجدل المحتدم آنذاك بين الماركسيين وأصحاب الاتجاه التعددي في العلوم الاجتماعية (Pluralists) حول مسألة ملكية وسائل الإنتاج (Ownership) وطبيعة الضبط (Control) الذي يمارسه مالكو هذه الوسائل على طبيعة محتوى الإنتاج الثقافي والمعرفي لها.

وفي هذا الصدد يرى بعض المنظرين الماركسيين، وفي طليعتهم ميليباند، (Miliband) بأن مالكي المؤسسة الاتصالية - (Media Owners) بصفتها مؤسسة إنتاج معرفي وثقافي – يمارسون قوة هائلة في التأثير على الجمهور من خلال تدخلهم المباشر في تقرير شكل المنتج وطبيعته

في حين يرى بعضهم الآخر، وبخاصة بيتر جولدنج وجراهام ميردوك، أن هؤلاء المالكين لا يتدخلون بشكل مباشر في طبيعة المحتوى المعرفي والثقافي لهذه المؤسسة، وإنما يمارسون تأثيرهم من خلال المديرين الذين يعينونهم لينوبوا عنهم في تنفيذ سياساتهم وتوجهاتهم الأيديولوجية.

وأما ذووالاتجاه التعددي، فلهم وجهة نظر مخالفة لوجهة نظر الماركسيين في هذه المسألة؛ إذ يرون أن تأثير مالكي المؤسسة الاتصالية في تقرير شكل الرسائل الاتصالية المنتجة ومحتواها هوتأثير ضعيف للغاية. فالدور الأكبر والأقوى في صناعة هذا المنتج إنما يعزى للجمهور نفسه وليس لهؤلاء المالكين. إنّ طلبات الجمهور وحاجاته ورغباته (Audience Demands)، هي التي تتحكم بهذا المنتج وبهذه الرسائل الاتصالية، وإن لم تستجب هذه المؤسسة لهذه الحاجات، فإنها، برأيهم، ستتعرض للإفلاس والانهيار.

واعتماداً على ما سبق، يمكن القول بأن نظرية التـــأثير المعتـــدل لوســـائل الاتصال الجماهيرية على الأفراد، بنماذجها المتعددة، كانت قد سيطرت على الفكر الاجتماعي بهذه المسألة طيلة فترة الستينيات والسبعينيات، وتمثل بداية جديدة ونقطة انطلاق مهمة في النظر الى مسالة تأثير هذه الوسائل عليهم. فهي بتأكيدها علـــيهم. على ضرورة التعامل مع وسائل الاتصال الجماهيرية باعتبارها نظماً اجتماعية ذات طبيعة اعتمادية - تفاعلية مع النظم الاخرى الموجـــودة فـــي المجتمـــع، كالنظـــام الاقتصادي والسياسي، يصعب فهم وظائفها وأدوارها دون تحليل عميق لطبيعة هذه التبادلية، تكون قد مهدت لبروز اتجاه جديد في الدراسات الإتصالية يركز على البعد الإجتماعي والإقتصادي والسياسي في فهم عمل المؤسسة الأتصالية.

نظرية الغرس الثقافي:

أولاً: مفهوم الغرس:

يمكن وصف عملية الغرس بأنها نوع من التعلم العرضي الذي ينتج عن التعرض التراكمي (لوسائل الإعلام) خاصة التلفزيون حيث يتعرف مشاهد التلفزيون دون وعي على حقائق الواقع الاجتماعي لتصبح بصفة تدريجية أساسا للصور الذهنية والقيم التي يكتسبها عن العالم الحقيقي، وعملية الغرس ليست عبارة عن تدفق موجة من تأثيرات التلفزيون إلى جمهور المتلقين، ولكنها جزء من عملية مستمرة وديناميكية للتفاعل بين الرسائل والسياقات. وفيما يتعلق بالمرحلة العمرية فإن تأثير التلفزيون يكون أكبر على الصغار في الجماعات والأسر غير المتماسكة أو بين الأطفال الذين يقل لديهم الانتماء إلى الأسرة أو الجماعة، وكذلك بين الجماعات الهامشية أو الأقليات أو بين من يصورهم التلفزيون ضحايا.

ثانياً: مفهوم نظرية الغرس الثقافي:

هذه النظرية تعلقت بوسيلة التلفزيون لدراسة العنف والجريمة في المضامين التلفزيونية وتطورت ونتج عنها ان اكتشف ان الفرد الذي يتعرض للتلفزيون تتغرس فيه قيم وتصورات تجعله يتبناها ويظن انها فعلا ما يحدث بالواقع وبالتالي تتغرس فيه لا شعوريا فإذا سألناه عن ظاهرة ما يكون تفسيره ونظرته حسب ما يتلقاه من التلفزيون و مغايرة تماما للواقع. والمتلقي يتقبل ما يبث له على أنه تعبير حقيقي للواقع، لكونه غير واع بعملية صنع هذا الواقع، بل إن وعيه لا يتعدى الشعور بالتسلية، وذلك بقضاء الساعات الطويلة أمام شاشة التلفاز.

ونظرية الغرس الثقافي هي نظرية إجتماعية تهدف إلى دراسة تأثير التلفزيون على الأمريكين وكان هذا في الستينات و السبعينيات. وضعها مجموعة من العلماء ولكن مؤسسها الرئيسي هو George Gerbner.

ويعتقد صاحب هذه النظرية أن الناس في المجتمعات الغربية إنما هم أسرى الواقع المصنوع هذا وأنهم يتصرفون ويعيشون على واقع غير الواقع الحقيقي بكل ما ينبت من تعقيدات من مثل هذا التباين.

ثالثاً: التعريف بمؤسس النظرية:

ولد George_Gerbner في الثامن من أغسطس 1919 وهو أستاذ للاتصالات ومؤسس نظرية ا لغرس الثقافي ولد في بودابست، هنغاريا، وهاجر الى أميركا في أواخر 1939. حصل Gerbner على درجة البكالوريوس في الصحافة من جامعة كاليفورنيا، بيركلي في عام 1942. وعمل لفترة قصيرة لصحيفة سان فرانسيسكو كرونيكل بوصفه كاتب عمود ومساعد رئيس التحرير المالي. وانضم الى الجيش الاميركي في 1943. وانضم الى مكتب الخدمات الاستراتيجية أثناء الخدمة، وتلقى النجمة البرونزية. وسرح Gerbner برتبة رقيب اول. بعد الحرب عمل كاتب حر ومسؤول الدعاية ودرس الصحافة في كلية اول كامينو في حين كسب الماجستير (1951) والدكتوراه (1955) في مجال الاتصالات في جامعة كاليفورنيا الجنوبية. وهو صاحب أطروحة نحو نظرية عامة للاتصالات والتي فازت بجائزة أفضل أطروحة.

شخص لديه مرض السرطان في نوفمبر 2005 وتوفي في شقته بوسط مدينه فيلادلفيا في 24 ديسمبر 2005 يقول" :George_Gerbner ان التلفزيون أصبح عضوا رئيسيا في الأسرة، وهو الذي يروي معظم القصص في معظم الوقت".

رابعاً: مفاهيم مرتبطة بالنظرية:

مفهوم الاتجاه السائد:

يقصد بالاتجاه السائد التجانس بين الأفراد ذو درجة الكثافة الواحدة في اكتساب الخصائص الثقافية المشتركة للمجتمع التي يقدمها التلفزيون كقناة ثقافية

حديثة والصور التي يراها. وبالتالي يمكن الكشف عن التباين في إدراك العالم الخارجي بين الذين يشاهدون التلفزيون بدرجة أقل وبين الذين يشاهدونه بكثافة كبيرة heavy viewes وبالتالي فإن الاتجاه السائد عبارة عن نسيج من المعتقدات والقيم والممارسات التي يقدمها التلفزيون في صور مختلفة و يتوحد معها كثيفو المشاهدة ولا تظهر بينهم الفروق كبيرة في اكتساب هذه الصور أو الأفكار باختلاف خصائصهم الاجتماعية أو السياسية. وبالتالي فإن الاتجاه السائد يشير إلى سيطرة التلفزيون في غرس الصور والأفكار بشكل يجعل الفوارق أو الاختلافات تقل أو تخفي بين الجماعات ذات الخصائص المتباينة.

ويشير أيضا إلى الاتساق بين الاتجاهات والسلوك الذي يمكن أن يقوم بتأثير التلفزيون أكثر من وسائل أو عوامل مؤثرة أخرى.

مفهوم الصدى أو الرنين:

يقصد بالصدى أو الرنين تلك التأثيرات المضافة للمشاهدة بجانب الخبرات الأصلية الموجودة فعلا لدى المشاهدين. وبذلك فإن المشاهدة يمكن أن تؤكد هذه الخبرات من خلال استدعائها بواسطة الأعمال التلفزيونية التي يتعرض لها الأفراد أصحاب هذه الخبرات بكثافة أعلى. وركز جيربنر في هذا المجال على زيادة إدراك العنف في الأعمال التلفزيونية ووصف العالم الخارجي به لدى المشاهدين الذين يعيشون في ظروف عنف غير عادية ويتعرضون للتلفزيون بكثافة أعلى.

وهذه النتيجة أكدتها أيضا الدراسات النفسية حيث انتهت إلى أن التلفزيون يؤثر في مجال العدوانية على من لهم الميل المبكر للعدوانية و لكن بطرق مختلفة.

خامساً: تأثيرات مشاهدة التلفزيون في المجالات المختلفة:

جاءت نظرية الغرس لتؤكد أن التلفاز يصنع لمشاهديه على المدى الطويل واقعاً خاصاً مختلفاً عن الواقع الحقيقي وأن المشاهدين بحكم التصاقهم ببرامجه يصدقون هذا الواقع ويتعاملون معه باعتباره حقيقة.

وأثبتت الدراسات أن التلفزيون له تأثيرات على مجـالات عـدة مـن هـذه المجالات:

1. تأثيره على الوقت:

فقد عمل الكثير من أفراد المجتمع وعائلاته على إعادة نظام حياتهم اليومية بناء على برامج التلفاز وتكاد تكون هذه ظاهرة فـي كثيـر مـن البلـدان والمجتمعات فقد جاء في بعض الدراسات أن 60% من العائلات الأمريكية اعترفت بأنها غيرت مواعيد النوم بسبب برامج التلفاز كما أن 55% مـن العائلات غيرت مواعيد تناول الطعام.

2. تأثيرات على النشاطات التربوية:

التلفاز جذب الأطفال للجلوس في منازلهم وبالتالي عدم ممارسـتهم للعـب خارج المنزل أو ممارسة القراءة أو الهوايات المعتادة لديهم بـل سـاعدت على انصراف الأطفال عن أصدقائهم بنسبة 52% مما يدل على أثر التلفاز على جانب مهم وهو الجانب التربوي عن طريق الممارسة وتبادل الخبرات والمعلومات ومعاني الأخذ والعطاء

3. التأثير على التحصيل العلمي:

تعتبر فترة الطفولة ومرحلة الشباب من أهم مراحل التحصيل العلمي حيث تمثل هذه المرحلة طلاب المدارس ومعاهد التعليم، وهذه الفئات أيضاً تقبـل على مشاهدة التلفاز بصورة واضحة وقد تكون هذه المشاهدة فـي أوقـات على حساب أوقات المذاكرة واسترجاع الدروس والواجبات المدرسية ومـا لم يتوفر رعاية منزلية وإرشاد تربوي فإن هذه المشاهدة ولا شك سـتكون على حساب ما ينبغي على الطالب من تحصيل علمي، ولعله مـن المفيـد الإشارة إلى أن مثل هذا النوع من التأثير قد يكون ايجابياً فيدفع الطالب إلى الحرص لإنهاء واجباته المدرسية قبل بداية البث أو البرامج التي يفضـلها،

كما قد يكون كان سلبياً كان يحدث للطالب ارتباكاً في تنظـيم وقتـه فـلا يستطيع أن يحقق التوفيق بين مذاكرته ورغبة في المشاهدة.

سادساً: ماذا تفترض النظرية؟

وتفترض النظرية أن الأشخاص الذين يشاهدون كميات ضخمة من البـرامج التلفزيونية (كثيفو المشاهدة) يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي عن أولئك الذين يشاهدون كميات قليلة من البرامج أو لا يشاهدون (قليلو المشاهدة)، ويرى واضـعو النظرية أن وسائل الاتصال الجماهيرية تحدث آثاراً قوية على إدراك الناس للعـالم الخارجي، خاصة هؤلاء الذين يتعرضون لتلك الوسائل لفترات طويلـة ومنتظمـة وخلصت النظرية إلى أن الذين يشاهدون التلفزيون بكثافة Heavy Viewers فإنهم يعتقدون أن ما يشاهدونه من خلال التلفزيون من واقع وأحداث وشخصيات فإنهـا تكون مطابقة لما يحدث في الحقيقة وفي الحياة.

نظرية الغرس الثقافي تفيد بأن الأفراد كثيفي المشاهدة بانتظام يميلـون إلـى رؤية العالم كما يصوره التلفزيون مقارنة بغيرهم ممن هم قليلي المشاهدة، فالعرض المتكرر يشكل الآراء ويبني المواقف. كذلك المشاهدة المتكررة تخلق ثقافة موحـدة للحقيقة والاعتقادات التي توجد عليها الأشياء في العالم.

سـابعاً: تطبيق نظرية الغرس الثقافي على قضية المعاقيـن ((ذوو الأحتياجـات الخاصة)):

وإذا أردنا أن نسقط هذه النظرية على الإعاقة والأشخاص المعـاقين، فـإن الصور الذهنية والواقع الاجتماعي التي تقدمـه وسـائل الإعـلام (و خصوصـاً التلفزيون) عن المعاقين، تجعل الجمهور سوف يؤمن بأن هذا هو الواقـع الفعلـي للمعاقين. فمثلاً، إذا كانت صورة المعاقين التي تعرضها الدراما العربية والخليجيـة هي صورة سلبية ومشوهة بحيث يبدو المعاق كأنه عالة على غيره ولا يستطيع أن يفعل شيئاً وهو شخص منعزل عن الحياة، فإن مشاهدي التلفزيون عندما يشـاهدون

شخصاً معاقاً أمامهم في الحياة العامة فإنهم سوف يستحضرون تلك الصور الذهنية السلبية التي شاهدوها في التلفزيون ويبدءون يتعاملون مع هذا الشخص المعاق على هذا الأساس. و من هنـا تبدو مسألة توظيف الصور الإيجابية للأشخاص المعاقين مهمة لأنها تساهم في غرس صورة إيجابية لدى جمهور وسائل الإعـلام وخاصـة التلفزيون. وبالتالي يبدأ الجمهور يغير من نظرته السلبية للمعاق.

ثامنـاً: بعض الدراسات والبحوث والنتائج التي تؤيد وتأكد هذه النظرية وعلى تأثير التلفزيون في ذهن المتلقي:

- (1978) طلب الباحث Mandler في هذا الإطار لحوالي 2000 شـخص إعطاء رأيهم في التلفزيون فلخص إجابتهم في خمسة عشر جملـة نـذكر الأهم منها على الشكل التالي:
  1. أحس أني منوما تنويما مغناطيسياً عندما أشاهد التلفزيون.
  2. أحس أنه يقوم بعملية غسيل لمخي.
  3. التلفزيون ينقلني إلى الفضاء الخارجي.
  4. يعتبر التلفزيون إدمان وأنا مدمن عليه.
  5. التلفزيون يهدم عقلي.
  6. التلفزيون يستعمر عقلي.
  7. كيف أخلص أولادي من التلفزيون وأعيدهم إلى الحياة.

- دراسة الباحث البيروفي "جوركي تابيا" الذي درس النمـوذج الـذي تقـوم البرامج الترفيهية الأمريكية بغرسه في عقـول النـاس وتوصـل للنتـائج التاليـة:

  أن هذه البرامج تكون لدى المتلقي هذه المفاهيم:

  - البيئة: مجتمع استهلاكي ترفي خال من التناقضات.
  - للقيم الأساسية: الفردية والأنانية والمنافسة العنيفة.

- معنى النجاح: التفوق المادي على الآخرين، والتلذذ بمباهج الحياة.
- المجتمع يميل عموماً إلى مكافأة أولئك الناجحين, ومعاقبة الخاسرين.
- يجب على الخاسرين الرضى بقدرهم، والتسليم بدلاً من التمرد أو محاولة التغيير.

- 1990 قضى جابنر وآخرون أكثر من 25 سنة في تحليل برامج السبت الصباحية فتوصلوا إلى أن العنف يسود ثمانية من أصل عشرة برامج وأن أفلام الرسوم المتحركة يكثر فيها العنف، وهناك دلائل جديدة أثبتت أن البنت أو الولد ذو الحادية عشر من العمر شهدوا أكثر من 100 ألف عمل عنف في التلفزيون.
- (1992) الباحثة Huston وآخرون من جامعة بنسلفانيا أجرو تجربة على مجموعتين من الأطفال في مدارس الحضانة (100) طفل مجموعة شاهدت أفلام الصور المتحركة فيها عنف والمجموعة الأخرى شاهدت أفلام الصور المتحركة خالية من العنف، ولاحظوا أن هناك فرق حقيقي بين المجموعتين، فالأطفال الذين شاهدوا أفلام الصور المتحركة العنيفة سلوكهم عنيف (مثل الشجار مع زملائهم وعدم احترام قانون القسم وإهمال عملهم إلى غير ذلك) مقارنة بالآخرين الذين شاهدوا أفلام الصور المتحركة بدون عنف.
- (1993) أثبت الباحث Gerbner وآخرون في دراسة قاموا بها على الأطفال الذين يشاهدون مناظر تحمل حوالي 20 عملا عنيفا في كل ساعة والذين يشاهدون كثيرا التلفزيون هم أكثر الذين يعتقدون أن هذا العالم مكانا خطيرا.

وقع جدل كبير في الولايات المتحدة الأمريكية حول مخاطر التلفزيون، ومن أجل القضاء على هذا المشكل الذي أصبح يهدد المجتمع الأمريكي وخاصة الجرائم التي تقع يوميا نتيجة الدروس إن صح القول التي تقدم من

طرف التلفزيون والتفنن في تقديم العنف على هذه الشاشة الصغيرة، وكما كان معروف في السابق فان العنف في الأفلام يقتصر على الرجال فقط، أما الآن فقد انتقلت هذه العدوى إلى النساء وأصبحن بطلات في أفلام العنف، لذا فرضت الحكومة الأمريكية على صانعي أجهزة التلفزيون على وضع رقائق إلكترونية داخل الجهاز وأطلقوا على هذه الرقائق (.V Chip) وحرف V يرمز للعنف (Violence)، دور هذه الرقائق هو باستطاعة أحد الوالدين أو ولي أمر الطفل بقطع الفيلم إذا كانت فيه مشاهد عنيفة.

- توصلت بعض الدراسات إلى أن 18.6% من طلاب المرحلة الثانوية في الكويت يقضون مدة في مشاهدة برامج التلفاز تعطللهم عن التحصيل العلمي بل وأداء واجباتهم المدرسية.
- في كثير من المجتمعات العربية أصبح موعد بث المسلسل التلفازي من الأوقات التي تجمع أفراد العائلة بل تجمع معهم مَن يكون في ضيافتهم، بل أنصرف كثير من الشباب نحو البرامج التلفازية على حساب مواعيد المذاكرة والتحصيل خصوصاً في المناسبات القومية والرياضية والأحداث العالمية والمحلية حيث يستمر البث الإذاعي والتلفازي إلى ساعات منتصف الليل.
- وفي الاستطلاع الذي شمل نحو 450 من تلاميذ المدارس في نيو جيرسي، 73% من كثيفو المشاهدة مقابل 62% من قليلو المشاهدة أظهر الاستطلاع أن الأطفال الذين كانوا كثيفي المشاهدة يخشون من المشي وحدهم في المدينة ليلا. وأجريت بعض التجارب للتحكم في المواد المعروضة من أكشن ومغامرات وجد أنه بعد 6 أسابيع من التحكم في المواد المعروضة من كثفت لهم المشاهدة أصبحو أكثر خوفاً من الحياة اليومية بينما قليلو المشاهدة لم ترتفع نسبة خوفهم كثيراً.

نستنتج من خلال هذه الأبحاث أن التلفزيون رغم أنه منبع للترفيه عن الناس والتعرف على تقاليد وعادات الشعوب الأخرى إلى جانب الأحداث التي تجري هنا وهناك إلى أنه يعتبر قنبلة موقوتة مادام ينتج مجتمعا عنيفا أو على الأقل بعض الفئات التي تتأثر بما يجري في التلفزيون من العنف ثم بعد ذلك ينقلونه من التلفزيون إلى الشارع عن طريق الاعتداء الجسدي والجنسي والاعتداء اللفظي كذلك والسرقة والتهديد وفي بعض الأحيان يصل هذا الاعتداء إلى حد القتل، وب دون أدنى شك أن الدراسات التي أجريت حتى الآن أثبتت أن التلفزيون يلعب دورا سلبيا في كثير من الأحيان ويؤثر تأثيرا كبيرا في عقول الأطفال مما يجعلهم يلجأون في كثير من الأحيان إلى العنف على زملائهم في المدارس أو حتى في الشارع وفي بعض الأحيان استعملوا العنف حتى على أساتذتهم وأوليائهم.

تاسعاً: آراء تخالف نظرية الغرس الثقافي:

هناك رأي مخالف لهذه الآراء وهو رأي التلفزيون الوطني لدراسة العنف The Nationle Television Violence Study (1995 /1994) هذه القناة الخاصة بالتحقيقات الصناعية (a cable industry investigation) وجدت بأن ليست هناك علاقة بين التلفزيون والعنف.

وفي كتاب لعبة القوة (Power Game) كتب Jones (2001) يقول (الأطفال في حاجة إلى حكايات العنف والصراعات من أجل أن يكتشفوا الإحساس بالخوف الذي تعلموه حتى يرفضوه، ومن ثمة يدمجون هذا الإحساس في ذاتهم بأكثر مرونة).

تلخيص للنظرية:

1. أن وسائل الاعلام قادرة على التأثير في معرفة الأفراد و إدراكهم لما يحيط بهم بدرجة كبيرة.

2. ان زيادة التعرض لوسائل الاعلام تؤدي إلى اكتساب المتلقي أو المشاهد مجموعة من المعاني و المعتقدات والأفكار و الصور الرمزية والتي تشكل لهم واقع رمزي يختلف عن الواقع الفعلي في البيئة الإجتماعية.
3. وكل الذي سبق يعني أن وسائل الإعلام تستطيع أن تغرس في أذهان المشاهدين ووعيهم أفكار معينة بحيث يحل واقع التلفزيون محل الواقع الفعلي او الطبيعي.

نظرية مارشال ماكلوهان:

تُعَد النظرية التكنولوجية لوسائل الإعلام، من النظريات الحديثة التي ظهرت عن دور وسائل الأعلام وطبيعة تأثيرها على مختلف المجتمعات، ومبتكر هذه النظرية(مارشال ماكلوهان) كان يعمل أستاذاً للغة الإنجليزية بجامعة تورنتو بكندا، ويعتبر من أشهر المثقفين في النصف الثاني من القرن العشرين.

وبشكل عام، يمكن القول أن هناك أسلوبان أو طريقتان للنظر إلى وسائل الأعلام من حيث:

1. أنها وسائل لنشر المعلومات والترفيه والتعليم.
2. أو أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي.

إذا نظرنا إليها على أنها وسيلة لنشر المعلومات والترفيه والتعليم، فنحن نهتم أكثر بمضمونها وطريقة استخدامها، والهدف من ذلك الاستخدام. وإذا نظرنا إليها كجزء من العملية التكنولوجية التي بدأت تغير وجه المجتمع كله، شأنها في ذلك شأن التطورات الفنية الأخرى، فنحن حينئذ نهتم بتأثيرها، بصرف النظر عن مضمونها.

يقول مارشال ماكلوهان أن (مضمون) وسائل الأعلام لا يمكن النظر إليه مستقلاً عن تكنولوجية الوسائل الإعلامية نفسها.فالكيفية التي تعرض بها المؤسسات الإعلامية للموضوعات، والجمهور الذي توجه له رسالتها، يؤثران على ما تقوله

تلك الوسائل، ولكن طبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل المجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال، فحينما ينظر ماكلوهان إلى التاريخ يأخذ موقفا تستطيع أن نسميه (بالحتمية التكنولوجية) Technoligical Determinism فبينما كان كارل ماركس يؤمن بالحتمية الاقتصادية، وبأن التنظيم الاقتصادي للمجتمع يشكل جانباً أساسياً من جوانب حياته، وبينما كان فرويد يؤمن بان الجنس يلعب دوراً أساسياً في حياة الفرد والمجتمع، يؤمن ماكلوهان بأن الاختراعات التكنولوجية المهمة هي التي تؤثر تأثيراً أساسياً على المجتمعات.

ولهذا نجد ماكلوهان شديد الإعجاب بعمل المؤرخين أمثال الدكتور وايت White Jr صاحب كتاب (التكنولوجيا الوسيطة والتغير الاجتماعي)، الذي ظهر سنة 1962 وفيه يذكر المؤلف أن الاختراعات الثلاثة التي خلقت العصور الوسيطة هي الحلقة التي يضع فيها راكب الحصان قدمه Stirrup وحدوة الحصان Nailed Horseshoe، والسرج ..Horse Collar فبواسطة الحلقة التي يضع فيها راكب الحصان قدمه استطاع الجندي أن يلبس درعاً يركب به الحصان الحربي؛ وبواسطة الحدوة والأربطة التي تربط الحصان بالعربة Harness توافرت وسيلة أكثر فاعلية لحرث الأرض، مما جعل النظام الإقطاعي الزراعي يظهر، وهذا النظام هو الذي دفع التكاليف التي تطلبها درع الجندي.

وقد تابع ماكلوهان هذه الفكرة بشكل أكثر تعمقاً ليعرف أهميتها التكنولوجية، مما جعله يطور فكرة محددة عن الصلة بين وجود الاتصال الحديث في المجتمع والتغيرات الاجتماعية التي تحدث في ذلك المجتمع، ويقول ماكلوهان أن التحول الأساسي في الاتصال التكنولوجي يجعل التحولات الكبرى تبدأ، ليس فقط في التنظيم الاجتماعي، ولكن أيضا في الحساسيات الإنسانية. والنظام الاجتماعي في رأيه يحدده المضمون الذي تحمله هذه الوسائل.وبدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الأعلام لا نستطيع أن نفهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات.فاختراع اللغة المنطوقة هو الذي ميّز بين الإنسان والحيوان، ومكّن

البشر من إقامة المجتمعات والنظم الاجتماعية وجعل التطور الاجتماعي ممكناً، وبدون اختراع للكتابة ما كان التحضر ممكناً، بالرغم من أن اختراع الكتابة ليس الشرط المسبق الوحيد للحضارة، فالإنسان يجب أن يأكل قبل أن يستطيع الكتابة إلا أنه بفضل الكتابة، تم خلق شكل جديد للحياة الاجتماعية وأصبح الإنسان على وعي بالوقت، وأصبح التنظيم الاجتماعي يمتد إلى الخلف، (أي إلى الماضي)، وإلى الأمام، (أي إلى المستقبل)، بطريقة لا يمكن أن توجد في مجتمع شفهي صرف.

فالحروف الهجائية هي تكنولوجيا يستوعبها الطفل الصغير بشكل لا شعوري تماماء (بالاستيعاب التدريجي)، والكلمات ومعانيها تُعد الطفل لكي يفكر ويعمل بطرق معينة بشكل آلي، فالحروف الهجائية وتكنولوجية المطبوع طورت وشجعت عملية التجزئة وعملية التخصص والابتعاد بين البشر، بينما عملت تكنولوجية الكهرباء على تقوية وتشجيع الاشتراك والتوحيد.

ويقول ماكلوهان أن وسائل الأعلام التي يستخدمها المجتمع أو يضطر إلى استخدامها ستحدد طبيعة المجتمع، وكيف يعالج مشاكله، وأي وسيلة جديدة أو امتداد للإنسان، تشكل ظروفاً جديدة محيطة تسيطر على ما يفعله الأفراد الذين يعيشون في ظل الظروف، وتؤثر على الطريقة التي يفكرون ويعملون وفقاً لها أي أن (الوسيلة امتداد للإنسان، فالملابس والمساكن امتداد لجهازنا العصبي المركزي، وكاميرا التليفزيون تمد أعيننا والميكروفون يمد آذاننا، والآلات الحاسبة توفر بعض أوجه النشاط التي كانت في الماضي تحدث في عقل الإنسان فقط، فهي مساوية لامتداد الوعي). وسائل الأعلام الجديدة -كامتداد لحواسنا - كما توفر زمننا وإمكانيات تشكل أيضا تهديدا في الوقت نفسه، لأنه في الوقت الذي تمتد فيه يد الإنسان، وما يمكن أن يصل إليه بحواسه في وجوده، تستطيع تلك الوسائل أيضا أن تجعل يد المجتمع تصل إليه لكي تستغله وتسيطر عليه، ولكي نمنع احتمال التهديد يؤكد ماكلوهان أهمية إحاطة الناس بأكبر قدر ممكن من المعلومات عن وسائل الأعلام

لأنه ((بمعرفة كيف تشكل التكنولوجيا البيئة المحيطة بنا، نستطيع أن نسيطر عليها ونتغلب تماما على نفوذها أو قدرتها الحتمية)).

وفي الواقع، بدلا من الحديث عن الحتمية التكنولوجية، قد يكون من الأدق أن نقول أن المتلقي يجب أن يشعر بأنه مخلوق له كيان مستقل، قادر على التغلب على هذه الحتمية التي تنشأ نتيجة لتجاهل الناس لما يحدث حولهم، وأنه لا يجب اعتبار التغير التكنولوجي حتمياً أو لا مفر منه، ذلك لأننا إذا فهمنا عناصر التغير يمكننا أن نسيطر عليه ونستخدمه في أي وقت نريده بدلاً من الوقوف في وجهه.

ويعرض ماكلوهان أربع مراحل تعكس في رأيه تطور التاريخ الإنساني:

1. المرحلة الشفوية كلية، مرحلة ما قبل الستعلم، أي المرحلة القبلية . Totally Oral , Preliterate, Tribalism
2. مرحلة كتابة النسخ Codification by Script التي ظهرت بعد هومر في اليونان القديمة واستمرت ألفي عام.
3. عصر الطباعة: من سنة 1500 إلى سنة 1900 تقريبا.
4. عصر وسائل الأعلام الإلكترونية: من سنة 1900 تقريبا، حتى الوقت الحالي.

وطبيعة وسائل الإعلام المستخدمة في كل مرحلة تساعد على تشكيل المجتمع أكثر مما يساعد مضمون تلك الوسائل على هذا التشكيل. هذا الأسلوب في دراسة التطور الإنساني، ليس أسلوبا جديدا أو مبتكرا تماما.فيشير ماكلوهان إلى أنه مدين لمؤلفات عديدة برأيه هذا، ومن بين المؤلفات التي ساعدت ماكلوهان على تطوير نظريته المبتكرة :

E.H. Gombrich , Art and IIlusion (1960)
H.A. Annis , The Bias of Communication (1951)
Siegfried Giedion , Mechaniztion Takes Command (1948)
H.J. Chaytor , From Scipt to Print (1945) ; ard Lewis Mumford. Techniques and Civilization (1934)

وباختصار يدعي ماكلوهان أن التغير الأساسي في التطور الحضاري منذ أن تعلم الإنسان أن يتصل، كأن من الاتصال (الشفهي) إلى الاتصال (السطري) ثم إلى الاتصال (الشفهي) مرة أخرى. ولكن بينما استغرق التغير من الشفهي إلى السطري قروناً، تم الرجوع أو التحول مرة أخرى إلى الشفهي في حياة الفرد الواحد.

الاتصال الشفهي:

وفقا لما يقول ماكلوهان، فإن الناس يتكيفون مع الظروف المحيطة عن طريق توازن الحواس الخمس (السمع والبصر واللمس والشم والتذوق) مع بعضها البعض، وكل اختراع تكنولوجي جديد يعمل على تغيير التوازن بين الحواس، فقبل اختراع جوتنبرج للحروف المتحركة في القرن الخامس عشر كان التوازن القبلي القديم يسيطر على حواس الناس، حيث كانت حاسة السمع هي المسيطرة.

فالإنسان في عصر ما قبل التعلم كان يعيش في عالم به أشياء كثيرة في الوقت نفسه، في عالم الأذن حيث يفرض الواقع نفسه على الفرد من جميع النواحي، ولم يكن لهذا الزمن حدود ولا اتجاه ولا أفق، وعاش الإنسان في ظلام عقله في عالم العاطفة معتمداً على الإلهام البدائي أو الخوف، وكان الزمن والمسافة يتم إدراكهما سمعيا، وكان الشعر الذي يغنى من أكبر أدوات التحضر، وكان الاتصال الشفهي هو الرابطة مع الماضي، وكانت المعاني ذات المستويات المتعددة هي الطابع العام، وهي معاني كانت قريبة جداً من الواقع، فالكلمات لا تشير إلى أشياء، بل هي أشياء، وكلمة الإنسان ملزمة، وذاكرة الإنسان قوية جداً (بالمستويات الحديثة) والصور الذهنية التي تصاحب أفكاره سمعية، فهو يستخدم كل حواسه، ولكن في حدود الصوت، ونظراً لأن الناس في ظل هذا النظام كانوا يحصلون على معلوماتهم أساساً عن طريق الاستماع إليها من أناس آخرين، فقد أقترب الناس من بعضهم البعض، في شكل قبلي، وقد فرض عليهم أسلوب حصولهم على المعلومات أن يؤمنوا بما يقوله الأخرون لهم بشكل عام، لأن تلك هي المعلومات الوحيدة المتوافرة لهم، ((فالاستماع كان يعني الإيمان)).

وقد أثر أسلوب الاتصال على الناس وجعلهم عاطفيين أكثر، وذلك لأن الكلمة المنطوقة عاطفية أكثر من الكلمة المكتوبة، فهي تحمل عاطفة بالإضافة إلى المعنى، وكانت طريقة تنغيم الكلمات تنقل الغضب أو الموافقة أو الرعب أو السرور أو التهكم، الخ . وكان رد فعل الرجل القبلي – الذي يعتمد على حاسة الاستماع – على المعلومات يتسم بقدر أكبر من العاطفة، فكان من السهل مضايقته بالإشاعات، كما أن عواطفه كانت تكمن دائماً قريبة من السطح، لكن ريشة الكتابة وضعت نهاية للكلام وساعدت في تطوير الهندسة وبناء المدن، وجعلت الطرق البرية والجيوش والبيروقراطية من الأمور الممكنة، وكانت الكتابة هي الأداة أو الوسيلة الأساسية التي جعلت دورة الحضارة تبدأ، فكانت خطوة إلى الأمام من الظلام إلى نور العقل. فاليد التي قامت بملء صفحات جلد الماعز بالكتابة هي نفسها التي قامت ببناء المدن. وتعلم الإنسان رسم ما يقوله (الحديث) ولغة العيون كما تعلم كيف يلون الفكر ويجعل له بناء أو كيان. فالحروف الهجائية جعلت عالم الأذن السحري يستسلم لعالم العين المحايد.

الاتصال السطري (المطبوع):

باختصار، يمكننا أن نقول أن مجتمعات ما قبل التعلم كانت تحتفظ بالمضمون الثقافي في ذاكرة أجيال متعاقبة، ولكن تغيّر أسلوب تخزين المعرفة حينما أصبحت المعلومات تختزن عن طريق الحروف الهجائية، وبهذا حلّت العين محل الأذن كوسيلة الحس الأساسية، التي يكتسب بفضلها الفرد معلوماته، وسهّل الكلام البشري الذي (تجمّد زمنياً) الآن بفضل الحروف الهجائية،إقامة إدارات بيروقراطية قوية، واتجاهات قبلية.

ولمدة تزيد عن ثلاثة آلاف سنة تشكل التاريخ الغربي بظهور الحروف الهجائية الصوتية، وهي وسيلة تعتمد على العين فقط لفهمها، والحروف الهجائية تقوم على بناء الأجزاء أو القطع المجزأة، ليس لها في حد ذاتها معنى دلالي، والتي يجب أن توضع مع بعضها في أسطر، وفي ترتيب معين ليصبح لها معنى، وقد

روجت وشجعت استخدام تلك الحروف عادة إدراك كل الظروف المحيطة على أساس المساحة والزمن، على أساس توحيد مستمر (م.س.ت.م.ر) ومرتبط (م.ر.ت.ب.ط). فالسطر مجال مستمر.

يقول ماكلوهان أن تطور الصحافة المطبوعة في القرن الخامس عشر بفضل اختراع جوتنبرج للحروف المتحركة، كان أكثر الابتكارات التكنولوجية تأثيراً على الإنسان، فالمطبوع جعل الإنسان يتخلص من القبيلة، فمن خلال الحروف الهجائية تمكن من ضغط الواقع وتقنيمه من خلال مرشح الحروف الهجائية، وأصبح الواقع يأتي إلينا قطرة قطرة في الوقت الواحد، فالواقع يأتي مجزئاً، ويأتي بتسلسل فهو مجزأ على طول خط مستقيم، وهو تحليلي، وهو مختصر ويقتصر على حاسة واحدة، وعلى وجهة نظر موحدة، ويمكن تكرارها.

كما يقول ماكلوهان: العين لا تستطيع أن تختار ما تراه، ولا تستطيع أن ترجو الأذن أن تتوقف عن الاستماع، فأجسامنا أينما وجدت تشعر، سواء بإرادتنا أو الرغم منا، وكأن على الفرد لكي يشرح رد فعله البسيط على طلوع الفجر مثلاً، الذي قد يستغرق خمس ثوان، أن يضعه في كلمات وفي جملة بعد جملة، لكي يستطيع أن يقول لشخص آخر ما الذي يعنيه طلوع الفجر بالنسبة له، وقد أكمل اختراع جوتنبرج ثورة الحروف الهجائية، فأسرعت الكتب بعملية فك الشيفرة التي نسميها قراءة، وتعددت النسخ المتطابقة، وساعد المطبوع على نشر الفردية لأنه شجع – كوسيلة أو أداة شخصية للتعليم – المبادرة والاعتماد على الذات، ولكن عزل المطبوع البشر فأصبحوا يدرسون وحدهم، ويكتبون وحدهم، وأصبحت لهم وجهات نظر شخصية، عبّروا بها عن أنفسهم للجمهور الجديد الذي خلقه المطبوع، وأصبح التعليم الموحد ممكناً.

وبفضل الصحافة المطبوعة حدث تغير جذري، فبدأ الأفراد يعتمدون في الحصول على معلوماتهم أساساً على الرؤية، أي على الكلمة المطبوعة، لذلك

أصبحت حاسة الأبصار هي الحاسة المسيطرة، بدلا من الاعتماد على الاستماع، أي على الكلمة المنطوقة. وحول المطبوع الأصوات إلى رموز مجردة، إلى حروف، وأصبح المطبوع يعتبر تقدماً منتظماً للتجريد، وللرموز البصرية، وساعد المطبوع على تطوير عادة عمل فئات، أي وضع كل شيء بنظام في فئات ((المهن)) و((الأسعار)) و((المكاتب)) و((التخصصات)). وأدى المطبوع في النهاية إلى خلق الاقتصاد الحديث، والبيروقراطية، والجيش الحديث والقومية نفسها.

ويقول ماكلوهان في كتابة (عالم جوتنبرج The Gutenberg Galaxy) الذي صدر في سنة 1962 أن اختراع الطباعة بالحروف المتحركة ساعد على تشكيل ثقافة أوروبا الغربية، في الفترة ما بين سنة 1500 وسنة 1900م، فقد شجع الإنتاج الجماهيري للمواد المطبوعة على انتشار القومية، لأنه سمح بانتشار المعلومات بشكل أكبر وأسرع عما تسمح به الوسائل المكتوبة باليد، كذلك أثرت الأشكال السطرية Linear Forms للمطبوع على الموسيقى وجعلتها تتخلى عن التكوين القائم على التكرار، وقد ساعد المطبوع أيضاً على إعادة تشكيل حساسية الرجل الغربي، فبينما أعتبر الرجل الغربي الخبرة كقطاعات فردية، وكمجوعة من المكونات المنفصلة، كان الإنسان في عصر النهضة ينظر إلى الحياة – كما ينظر إلى المطبوع – كشيء مستمر .

كذلك جعل المطبوع انتشار البروتستانتية ممكناً، لأن الكتاب المطبوع بتمكينه الناس من التفكير وحدهم، شجع الكشف الفردي .

وفي النهاية، يقول ماكلوهان أن ((جميع الأشكال الميكانيكية برزت من الحروف المتحركة، فالحروف نموذج لكل الآلات))، هذه الثورة التي حدثت بفضل المطبوع فصلت (القلب عن العقل) و (العلم عن الفنون) مما أدى إلى سيطرة التكنولوجيا والمنطق السطري.

العودة إلى الاتصال الشفهي:

يسمي ماكلوهان المرحلة التي نعشيها حاليا عصر (الدوائر الإلكترونية)، كما تتمثل بشكل خاص في التليفزيون والكومبيوتر، فالإلكترونيات، بتوسيعها وتقليـدها لعمل العقل البشري، وضعت نهاية لأسلوب تجريد الواقع، وأعادت القبلية للفرد مرة أخرى، مما أحدث نتائج ثقافية واسعة النطاق .

يقول ماكلوهان أن الأنماط الكهربائية للاتصال، مثـل التلغـراف والراديـو والتليفزيون والسينما والتليفون والعقول الإلكترونية، تشكل هي الأخرى الحضـارة في القرن العشرين وما بعده، وبينما شاهد إنسان عصر النهضة الطباعـة، وهـي شيء واحد، في الوقت الواحد، في تسلسل متوال، مثل سطر من الحـروف، فـإن الإنسان الحديث يجرب قوى كثيرة للاتصال، في نفس الوقت، وأصبحت عادة قراءة الكتاب، تختلف عن الطريقة التي ننظر بها إلى الجريدة، ففي حالة الجريدة لا نبـدأ بقصة واحدة نقرؤها كلها ثم نبدأ قصة أخرى، ولكن تنتقل أعيننا فـي الصـفحات لتستوعب مجموعة غير مستمرة من العناوين والعناوين الفرعية، والفقـرات التـي تقدم الموضوعات، والصور، الإعلانات.ويقول ماكلوهان" أن النـاس لا يقـرؤون الجريدة فعلا، بل يدخلونها كل صباح مثلما يأخذون حماما ساخناً"، والمسـاهمة أو الاشتراك كلمة أساسية في هذه الحالة، لأنه يجعل الجريدة من المطبوعـات التـي تستخدم كوسيلة (شفهية) وليست سطرية، فالصفحة الأولى في الجريدة تعرضك في نفس الوقت للأخبار عن كل الموضوعات في كل أنحاء العـالم، والقصـص فـي الجريدة الحديثة مطبوعة، ولكن قد تم استقاءها بواسطة التلغراف، والقـارئ، كمـا يقول ماكلوهان، لا يعرف سوى القليل جداً عن الجريدة بذكاء أو بحاسة نقدية، فهذا ليس الهدف من وجودها، فالجريدة موجودة للإحساس بالاشتراك، بالمسـاهمة فـي شيء، ويستخدمها الفرد بشكل كلي يقفز فيها كأنها حمام سباحة، ويقول ماكلوهان أنه حينما يزيد اشتراك الفرد في شيء.يقل فهمة له، ولكنه يعني ((الفهم)) وفقا لوجهـة النظر السطرية القديمة، أن يكون الإنسان مبتعدا أو منطقياً .

وفقا لماكلوهان فإن العالم الذي كنا نعيش فيه قبل عصر الكهرباء كان عالماً مجرداً ومتخصصاً ومجزأ جداً، فبينما عملت الحروف الهجائية وتكنولوجيا المطبوع على تشجيع وتطوير عملية التجزئة والتخصص والابتعاد، نجد أن تكنولوجية الكهرباء تقوي وتشيع التوحيد والاشتراك، حتى فكرة الوظائف، هي نتيجة لتكنولوجية المطبوع، وتحيزاته، فلم تكن هناك (وظائف) في العصور القديمة والعصور الوسطى، بل كانت هناك فقط أدوار. الوظائف جاءت مع المطبوع والتنظيم البشري المتخصص جداً، فهي نمط حديث إلى حد ما للعمل، ظهر في القرن الخامس عشر، واستمر حتى اليوم، ويرجع السبب في وجود الوظائف إلى أنه كأن هناك تقدم مطرد لتجزئة مراحل العمل التي تقوم على (الميكنة) و(التخصص).

وسائل الأعلام الإلكترونية بدأت تغييراً كبيراً في توزيع الإدراك الحسي، أو كما يسميها ماكلوهان (نسب استخدام الحواس) Sensory Ratios اللوحة أو المكتبة نشاهدها من خلال حاسة واحدة وهي الرؤية. أما السينما والتلفزيون فتجذبنا ليس بواسطة المشاهدة، لكن أيضاً بالاستماع. وتعدل وسائل الأعلام الظروف المحيطة بنا لأنها تجعل نسب استخدام حواسنا تتغير في عملية الإدراك، امتداد أي حاسة يعدل الطريقة التي نفكر ونعمل بمقتضاها، كما يعدل امتداد تلك الحواس الطريقة التي ندرك بها العالم. حينما تتغير تلك النسب يتغير الإنسان، وسائل الأعلام الجديدة تحيط بنا وتتطلب منا مساهمة، ويرى ماكلوهان أن استخدام الحواس بهذا الوجود الجديد الذي يعتمد على استغلال الفرد لحواس كثيرة يرجع بنا إلى تأكيد الرجل البدائي على اللمس التي يعتبرها أداة الحس الأولى (لأنها تتكون من تلاقي الحواس) .

ومن الناحية السياسية، يرى ماكلوهان أن سائل الإعلام الجديدة تحول العالم إلى (قرية عالمية Global Village) تتصل في إطارها جميع أنحاء العالم ببعضها مباشرة، كذلك تقوّي تلك الوسائل الجديدة العودة (للقبلية) في الحياة الإنسانية، فعالمنا أصبح عالماً من نوع جديد، توقف فيه الزمن واختفت فيه (المساحة) لهذا

بدأنا مرة أخرى في بناء شعور بدائي ومشاعر قبلية، كانت قد فصلتنا عنها قـرون قليلة من التعليم.علينا الآن أن ننقل تأكيد انتباهنا من الفعل إلى رد الفعل، ويجب أن نعرف الآن مسبقا نتائج أي سياسة أو أي عمل، حيث أن النتـائج تحـدث أو يـتم تجربتها بدون تأخير، وبسبب سرعة الكهرباء لم نعد نستطيع أن ننتظر ونرى، ولم تعد للوسائل البصرية المجردة في عالم الاتصال الكهربائي السريع صـالحة لفهـم العالم، فهي بطيئة جداً مما يقلل من فاعليتها، ولسوء الحظ نواجـه هـذا الظـرف الجديد بعقلية قديمة، فالمعروف أن الكهرباء تجعل الأفراد يشتركون في المعلومات بسرعة كبيرة جداً، فقد أجبرنا عالمنا من خلال الوسائل الكهربائية على أن نبتعـد عن عادة تصنيف المعلومات، وجعلنا نعتمد أكثر على أدراك النمط أو الشكل الكلي .

لم يعد في الإمكان أن نبني شيئا في تسلسل، لأن الاتصال الفوري يجعل كل العوامل الموجودة في الظروف المحيطة تتفاعل، كما يجعل التجربة تتواجد في حالة تفاعل نشط.

وبينما عمل المطبوع على (تفجير) أو تحطيم أو تقسيم المجتمع إلى فئـات، تعمل وسائل الأعلام الإلكترونية على إرجاع الناس مرة أخـرى للوحـدة القبليـة، وتجعلهم يقتربون مرة أخرى من بعضهم البعض، فقد عادت حاسة الاستماع مـرة أخرى إلى السيطرة، وأصبح الناس يحصلون على معلوماتهم أساساً بالاستماع إليها .

وهناك اختلاف كبير بالطبع، فالرجل الذي لا يستطيع أن يقرأ سيحصل على كل المعلومات عما حدث في الماضي، وما يحدث من الأمور التي لا يسـتطيع أن يراها،عن طريق السمع، سيجعل هذا عالمه أكثر انتشاراً وأكثر تنوعاً وتغيراً مـن الرجل المتعلم الذي يستخدم عيونه أكثر، في عملية القراءة، لأنه عن طريـق الأذن لا يستطيع التركيز، ولكن يمكن للعين أن تركز في عملية القراءة، التي يمكـن أن نعرفها بأنها استخدام العينين لتعلم الأشياء التي لا نستطيع أن نراها.

والاختلاف بين المجتمعات المتعلمة ومجتمعات ما قبل التعلم هائلة فالإنتاج على نطاق واسع لم يبدأ بالثورة الصناعية، ولكن بأول صفحة مطبوعة سحبها جوتنبرج من المطبعة، فقد أصبح في الإمكان للمرة الأولى، إنتاج المواد الإعلامية على نطاق واسع بحيث لا يستطيع الإنسان أن يفرق واحدة عن الأخرى وكان لكل الوحدات المنتجة، أي الطبعات، نفس القيمة،ك ن ذلك إنجازاً كبيراً بعد سنوات طويلة كان يتم فيها عمل شيء واحد، في الوقت الواحد، وكانت كل سلعة تختلف بعض الشيء عن السلعة الأخرى.

لكن الأهم من ذلك هو الظرف المحيط الذي فرضته وسيلة الأعلام المطبوعة: كلمة بعد أخرى، وجملة بعد أخرى، وفقرة بعد أخرى، وشيء واحد في الوقت الواحد، في خط منطقي متصل. وقد كان تأثير هذا التفكير السطري عميقاً، وأثر على كل جانب من جوانب المجتمع المتعلم.

من ناحية أخرى، فإن المجتمع الذي يعتمد على حاسة الاستماع Ear-Oriented أكثر، لن يعمل أو يستجيب بهذا الأسلوب (شيء واحد في الوقت الواحد) ولكنه سيميل إلى استقبال خبرات كثيرة، في نفس الوقت، والتعبير عنها، وربما يفسر هذا مقدرة المراهقين على الاستماع إلى الراديو المرتفع الصوت والمذاكرة في نفس الوقت، وربما يفسر هذا السر في اختلاف المراهقين حاليا عن المراهقين قبل ذلك، فهذا الجيل هو الجيل الأول أو الثاني لعصر الإلكترونيات، ويختلف أفراده عمن سبقوهم، لأن الوسيلة التي تسيطر على الظروف المحيطة بهم ليست المطبوع، أي الشيء الواحد في الوقت الواحد، وشيء بعد آخر، كما كان الوضع لمدة خمسمائة عام مضت، فبفضل التليفزيون الذي يقدم كل شيء مرة واحدة ويغطي كل شيء، أصبح الإنسان ينظر إلى الأمور بنظرة شمولية، أو كلية، ولهذا أصبح الطفل في المجتمع الحديث الذي يتدرب على معرفة الظروف المحيطة به منذ من التليفزيون، يتعلم بنفس الطريقة التي تعلم بها أي فرد من أعضاء مجتمع ما قبل التعلم؛ أي من خبرة عينية وأذنية مباشرة، بدون حروف جوتنبرج

كوسيط، يتعلم أولئك الأطفال أن يقرءوا أيضاً، ولكن يأتي هذا في المرتبة الثانية، وليس المرتبة الأولى، كما كان الحال بالنسبة للذين سبقوهم، والدراسات التي أجريت على الأطفال الذين نشأوا في عصر التليفزيون، أي الأطفال من كل الطبقات الاجتماعية الذين اعتادوا الحصول على معلوماتهم أساساً بواسطة التليفزيون، تبين أن الجيل الجديد لا يركز على الصورة كلها، كما يفعل الفرد المتعلم الناضج حينما يشاهد فيلم رعاة البقر مثلاً،بل يمرون بأعينهم بسرعة على الشاشة، ويركزون على جراب المسدس، رؤوس الجياد، القبعات، وكل التفاصيل الصغيرة الأخرى، وحتى في أشد معارك المسدسات يراقب الأطفال التليفزيون بالطريقة التي يراقب بها الأفريقي القبلي غير المتعلم السينما.

ويعتبر الجيل الذي نشأ في عصر التليفزيون من رجال القبائل الجدد، فعندهم توازن حسّي قبلي، وعندهم العادة القبلية للاستجابة العاطفية على الكلمة المنطوقة .

فهم (ساخنون) يريدون المساهمة، كما يريدون أن يلمسوا وأن يشتركوا أكثر، ومن ناحية أخرى يمكن للديماجوجية أن تؤثر عليهم بسهولة أكبر.الفرد الذي يستخدم أساسا حاسة الأبصار أو الذي يعتمد أساساً على المطبوع، هو إنسان فردى فهو (أبرد) ولديه ضمانات مبنية داخله،عنده شعور دائم بأنه بالرغم مما قد يقوله أي شخص، يستطيع أن يتأكد من الموضوع، فهو يحصل على المعلومات الضرورية بطريقة ما ويصنفها في فئات، ويستطيع أن يرجع إليها ويتيقن منها، وحتى إذا كان ما يعرض عليه شيء لا يستطيع أن يتيقن منه مثل شائعة تقول أن (الصين ستلقي بقنابل ذرية على أمريكا) -إلا أن ذهنه قد اعتاد الإحساس بأن في مقدوره التأكد والتيقن مما يسمعه. الفرد الذي يستخدم حاسة السمع أساسا، تكيفه ليس فرديا بهذا الشكل، ولكنه جزء من وعي جمعي Collective Consciousness فهو أكثر تصديقا من المتعلم الذي يعتمد على حاسة الإبصار أساساً، أي إنسان الطباعة والقراءة. وقد يبدو هذا وكأنه خاصية سلبية، ولكن بالنسبة للفرد الذي يعتمد على حاسة السمع، أي الرجل القبلي، أي جيل التليفزيون

الجديد، فهو أكثر قدرة على أدراك النمط، وهو الأمر الذي يعتبر أساس العقل الإلكتروني. فالطفل يتعلم اللغة كلها بما في ذلك التنغيم والأوزان، علاوة على المعنى.أما الرجل المتعلم فإن الطريقة التي يحاول بها أن يحول الأصوات إلى مطبوع في عقله تؤخر تعلمه، فهو يأخذ الكلمات واحدة واحدة، ويضعها في فئات ويترجمها في تسلسل متعب، ويبذل في ذلك مجهوداً مضنياً.

وماكلوهان، مثل هارولد أنيس، يؤمن بأن التاريخ الحديث للمجتمعات الغربية ما هو إلا تاريخ (لاتصال متحيز)، واحتكار للمعرفة، يقوم على أساس المطبوع، ويعتبر المفكر أنيس أن الوسائل المطبوعة التي تقدم المضمون في شكل سطري مسئولة عن كثير من الاتجاهات غير المرغوبة التي ظهرت خلال الخمسة قرون السابقة. ويقصد ماكلوهان، حينما يصف الاتصال الذي وجد في الخمسة قرون السابقة بالتحيز، أنه اتصال سيطر عليه المطبوع، وتحكم فيه .يقول هارولد أنيس أن نمو وسائل الأعلام المطبوعة منذ القرن الخامس عشر قتل تقليد الاتصال الشفهي،وحل محل تنظيم المجتمع على أساس الزمن، وما هو موجود Temporal تنظيم آخر قام على المساحة أو الاتساع Spatial ،مما جعل الفرد يركز على أوجه نشاطه الخاصة، وجعل القيم نسبية، وحول محور السلطة من الكنسية إلى الدول، وشجع القومية المتطرفة. لاشك أن وجهه النظر هذه مهمة وجديرة بالدراسة، ولكن هذه التطورات التي حدثت لا يمكن أن نعزوها فقط إلى تطور تكنولوجية المطبوع، فمما لا شك فيه أن الاختراعات التكنولوجية الأخرى،مثل وسائل المواصلات السريعة، ومصادر الطاقة الجديدة، والمعدات الآلية، والإلكترونيات، وإحياء التعلم، ونمو الديمقراطية، ونمو الطبقة المتوسطة، وتقسيم العمل، وإثارة مثاليات اجتماعية جديدة، لاشك أن هذه العوامل كان لها أيضا دور في التأثير. وإذا قلنا أن المطبوع كان له دور في كل تلك التطورات فإن هذه التطورات بدورها أثرت بشكل ما، على المطبوع، ولكن حلول مجتمع جديد محل المجتمع الشفهي أحدث تغييرات أساسية على نظرة الإنسان الكلية للظروف المحيطة به، وحول السلطة من أيدي أولئك

الذين يستطيعون أن يتذكروا الماضي، ويحفظون الكتب السماوية، إلى أولئك الـذين يعرفون الأماكن البعيدة والأساليب المختلفة لعمل الأشياء، وجعل في الإمكان تكوين جماعات اجتماعية كبيرة (وأحيانا حدوث تصادم بين تلك الجماعات) تحـت قيـادة مركزية.هذه التغيرات التي حدثت حينما بدأ المجتمع يعتمد على وسـائل الأعـلام يمكن أن نراها اليوم في العديد من الدول النامية .

تلك كانت بعض آراء هارولد أنيس التي قبلها ماكلوهان، ولكن تنـاول مـا كلوهن لتلك الأفكار هو تناول سيكولوجي، وهو يعيد إلـى الأذهـان افتراضـات الباحثين ساير وورف، بالرغم من أن ماكلوهان مهتم بالطريقة التي تؤثر بمقتضاها وسائل الأعلام، وهو غير مهتم بتأثير اللغات، وعلى نظرة الفـرد للعـالم، وعلـى الطرق التي يفكر بمقتضاها، ففكرته الرئيسية تقوم على أن وسائل الأعلام لا تنقـل فقط معلومات ولكنها تقول لنا ما هو نوع العالم الموجود، وهذا لا يجعـل حواسـنا تثار وتتمتع فقط، ولكنها تعدل نسبة استخدامنا للحواس، وتغير في الواقع شخصيتنا، ولم يكن ماكلوهان أول من قال أن (الأشياء التي نكتب عليها كلماتنا لها أهمية أكبر من الكلمات نفسها) ولكن الطريقة التي قدم لنا بمقتضاها هذه الفكرة هي التي تقتبس باستمرار..فهو يقول ((الوسيلة هي الرسالة)) لأن طبيعة كل وسيلة إعلامية، وليس مضمونها، هو الأساس في تشكيل المجتمعات .

الوسيلة هي الرسالة:

يرفض ماكلوهان رأي نقاد وسائل الأعلام الذين يدعون أن وسائل الأعـلام الجديدة ليست في حد ذاتها جيدة أو رديئة، لكن الطريقة التي تسـتخدم بهـا هـذه الوسائل هي التي ستحد أو تزيد من فائدتها، يقترح ماكلوهان بدلاً من ذلك أنه علينا أن نفكر في طبيعة وشكل وسائل الأعلام الجديدة، فمضمون التليفزيون الضـعيف ليس له علاقة بالتغيرات الحقيقية التي يسببها التليفزيون، كذلك قد يتضمن الكتـاب مادة تافهة أو مادة كلاسيكية، ولكن ليس لهذا دخل بعملية قراءته. فالرسالة الأساسية في التليفزيون هي التليفزيون نفسه، العملية نفسها، كما أن الرسالة الأساسـية فـي

الكتاب هي المطبوع. فالرأي الذي يقول أن وسائل الأعلام أدوات يستطيع الإنسان أن يستخدمها في الخير أو الشر، رأي تافه عند ماكلوهان. فالتكنولوجيا الحديثة، مثل التليفزيون أصبحت ظرفاً جديداً محيطاً مضمونه ظرف أقدم.وهذا الظرف الجديد يعدل جذريا الأسلوب الذي يستخدم به الناس حواسهم الخمس، والطريقة التي يستجيبون بها إلى الأشياء. ولا يهم إذا عرض التليفزيون عشرين ساعة يوميا أفلام (رعاة البقر) التي تنطوي على عنف وقسوة، أو برامج ثقافية راقية، فالمضمون غير مهم، ولكن التأثير العميق للتليفزيون هو الطريقة التي يعدل بمقتضاها الناس الأساليب التي يستخدمون بها حواسهم Sensory Patterns ويعبر عن هذا بقوله المختصر المشهور (الوسيلة هي الرسالة) The Medium is The Message - ويعتبر هذا من أهم الإضافات التي قدمها مارشال ماكلوهان إلى ما قاله هارولد أنيس في كتابه (تحيز الاتصال) فقد حلل ماكلوهان الطريقة التي يفترض أن المطبوع يؤثر بمقتضاها، وقال أن المطبوع يفرض منطقاً معيناً على تنظيم التجربة البصرية، لأنه يحطم الواقع إلى وحدات منفصلة ومتصلة بشكل منطقي وسببي، يتم إدراكه بشكل سطري على الصفحة بعد تجريدها من طبيعة الحياة الكلية، غير المرتبة، وذات الأبعاد الحسية المتعددة. ويسبب هذا عدم توازن في علاقة بالظروف المحيطة به، لأن المطبوع يؤكد نوع من المعلومات يتم إدراكها بواسطة العين بدلاً من المعلومات التي يحصل عليها الفرد بواسطة الاتصال الشخصي، عن طريق كل الحواس، ولأن الكتابة والقراءة هما من أوجه النشاط الشخصية التي تتناول تجربة مجردة، فهما يفقدان الفرد لقبليته، ويأخذانه خارج الثقافة الشفهية الوثيقة العرى، ويضعانه في ظرف خاص أو شخصي، بعيداً عن الواقع الذي يتناوله اتصاله.

وبالطبع فإن تطور المطبوع يسبب تماثلاً بين أبناء البلد الواحد، ويقرب البعيد، وبهذا تحل المدينة محل القرية، وتحل دولة الأمة محل دولة المدينة.ويعني ماكلوهان أيضا بفكرة (الوسيلة هي الرسالة) بالإضافة إلى هذا أن مضمون أي وسيلة هو دائما وسيلة أخرى، فالضوء الكهربائي مثلاً هو معلومات صرفه، فهو

وسيلة بلا رسالة، إلا إذا استخدم لتقديم إعلان أو رسم، ولكن إذا نظرنا إلى الكتابة نجد أن مضمونها هو الكلام، والكلمة المكتوبة هي مضمون المطبوع، والمطبوع هو مضمون التلغراف، ومضمون الكلام هو عملية التفكير التي تعتبر غير لفظية، فمضمون الظروف الجديدة هو الظروف الأقدم. ونحن نحاول دائما أن نفرض الشكل القديم على المضمون الجديد، وحينما كان الإنتاج الآلي جديداً خلق – بالتدريج– ظروفا محيطة جديدة كان مضمونها الظروف القديمة للحياة الزراعية والفن والحرف.. فالظرف الآلي الجديد الذي يحيط بالأفراد حول الطبيعة إلى شكل فني، وللمرة الأولي بدأ الإنسان يعتبر المطبعة مصدراً لقيم جميلة وروحية، وبدأ الناس في الإعجاب بالعصور السابقة، بينما لم يكن الأفراد الذين عاشوا في العصور التي سبقت عصر الإنتاج الآلي على وعي بعالم الطبيعة كفن، وكل تكنولوجيا جديدة تخلق ظروفا جديدة محيطة تعتبر هي نفسها فاسدة تحط بالشأن،ولكن الجديد يحول ما يسبقه دائما إلى شكل فني .

فحينما كانت الكتابة جديدة، حول أفلاطون الحوار الشفهي القديم إلى شكل فني، وحينما كانت الطباعة جديدة أصبحت العصور الوسطى شكلاً فنياً، وحول عصر الصناعة عصر النهضة إلى شكل فني.

ونظرا لأن التكنولوجيا الحديثة المتغلغلة قد خلقت سلسلة كاملة من الظروف الجديدة، أصبح الإنسان واعيا ومدركا للفنون على أنها (ضد الظروف المحيطة Anti –Environments) والأسلوب الذي تدرب به الإنسان قديماً على الملاحظة لم تعد له صلة بالعصر الذي نعيش فيه، لأنه يقوم على الاستجابات السيكولوجية والمفاهيم التي تأثرت بالتكنولوجية القديمة– تكنولوجية الميكنة– وقد يفسر هذا (عصر القلق) الذي نعيش فيه، فنحن نشعر بالقلق لأننا نحاول أن نقوم بعمل اليوم بأدوات الأمس، وبمفاهيم الأمس.

وقد أصبح الشاب اليوم يدرك بالفطرة للظروف الحالية المحيطة أي الـدراما الكهربائية، فهو يعيش بعمق، وربما كان هذا هو السبب في الفجوة الكبيرة الموجودة بين الأجيال، فالحروب والثورات والتمرد المدني هي من ظواهر الظروف الجديدة المحيطة التي خلقتها وسائل الأعلام الكهربائية، فقد أصبح زمننا هو زمـن عبـور الحواجز لإزالة الفئات القديمة، وللبحث عما حولنا، وتعمل الثقافة الغربية الرسـمية على جعل وسائل الأعلام الجديدة تقوم بمهام الوسائل القديمة، لـذلك نشـهد حاليـا أوقاتاً صعبة نتيجة للتصادم بين تكنولوجيتين عظيمتين، فنحن نقترب مـن الجديـد بالاستعداد السيكولوجي للقديم، وباستجاباتنا الحسية الملائمة للقديم، وهـذا الصـدام يحدث بالطبع في المرحلة الانتقالية،فالفن في أواخر العصور الوسيطة عبّـر عـن الخوف من تكنولوجية المطبوع بفكرة رقصة الموت.

واليوم يتم التعبير عن مخاوف مماثلة في مسرح العبث، والإنسان لـم يكـن يدرك أبدا القواعد الأساسية لنظم ظروفه المحيطة أو ثقافات الظـروف المحيطـة، ولكن اليوم نظراً لأن ظروفنا المحيطة أصبحت تتغير بسرعة،أصبحنا قادرين حاليا على رؤية المستقبل، من الظروف المحيطة الحالية. فالفلسفة الوجوديـة ومسـرح العبث هي ظواهر المحيط الجديد الذي يعتمد على الكهرباء، هذه الظـواهر تمثـل الفشل الشائع الناتج عن محاولتنا أن نقوم بالعمل المطلوب الذي تتطلبـه الظـروف الجديدة المحيطة بأدوات أو وسائل الظروف القديمة .

والمهم أن أي (رسالة) أو أي (وسيلة) أو أي تكنولوجيا، هي تغيير للمدى أو المساحة أو الشكل الذي تدخله في الشئون البشرية.لم تدخل السكة الحديد الحركة أو المواصلات أو الطريق، في المجتمع البشري، ولكنها عملت على توسـيع نطـاق Scaleتلك المهام البشرية السابقة،خالقة أنواعا جديدة من المدن، وأنواعا جديدة من العمل ووقت الفراغ، حدث ذلك في أي مكان عملت فيه السكة الحديد، بشكل مستقل تماماً عن الحمولة أو المضمون الذي تحمله السكة الحديد كوسـيلة للمواصـلات، والطائرة من ناحية أخرى، بإسراعها بالمواصلات تميل إلى حل شكل السكة الحديد

في المدينة والسياسة والارتباط، مستقلة تماما عن استخدامات الطائرة المختلفة أو ما تحمله.

إذا عدنا مرة أخرى إلى نموذج الضوء الكهربائي نجد أنه سواء استخدام في عمل عملية جراحية في المخ أو في إضاءة مباراة الكرة السلة، فهذا ليس مهماً، نستطيع أن نقول أن أوجه النشاط تلك هي بشكل ما مضمون الضوء الكهربائي، حيث أنها لا يمكن أن تتواجد بدون ضوء كهربائي.هذه الحقيقة تصور وجهة النظر التي تسيطر على مدى الارتباط البشري وشكله وعلى العمل البشري، أما المضمون أو استخدام الوسيلة فهو متنوع ولا يؤثر على تشكيل الارتباط البشري، ولكن الملاحظ أن مضمون أي وسيلة يلهينا عن طبيعة الوسيلة نفسها، والضوء الكهربائي لا يلفت انتباهنا كوسيلة اتصال لأنه ليس له (مضمون) وهذا يجعله مثالا طيبا لا ظهار الطريقة التي يفشل بسببها الناس تماما في دراسة وسائل الأعلام، فإذا لم يستخدم الضوء الكهربائي في عرض اسم سلعة فلن يلاحظه أحد كوسيلة،وفي هذه الحالة، فأن الضوء وليس (المضمون) الذي هو في الواقع وسيلة أخرى، وهو الذي لم تتم ملاحظته .

رسالة الضوء الكهربائي مثل رسالة الطاقة الكهربائية في الصناعة جذرية وشاملة وغير مركزية، ونظراً لأن الضوء الكهربائي والطاقة منفصلان عن استخداماتهما إلا أنهما يستبعدان عوامل الزمن والمساحة في الارتباط البشري، تماما كما يفعل الراديو، والتلغراف، والتليفون، والتليفزيون، خالقين اشتراطا أو اندماجاً Involvement بعمق .

كنا قد تحدثنا عن الأطفال الذين نشأوا عهد التليفزيون، وذكرنا أنهم يختلفون عن الأطفال الذين نشأوا في عهد المطبوع، نلاحظ حاليا أن نسبة كبيرة من الأطفال في المجتمعات الغربية الذين نشأوا في عهد التليفزيون يتركون المدارس في سن مبكرة، والسبب ليس الظروف الاقتصادية أو الظروف الاجتماعية السيئة، ولكن

السبب هو أن طفل اليوم هو طفل التليفزيون، فالتليفزيون قدم ظروفا جديدة لتكييف بصري منخفض Low Visual Orientation واشتراك مرتفع، الأمر الذي يجعل قبول أسلوب التعليم القديم صعباً. قد تكون أحدى الاستراتيجيات لمواجهة هذه المشكلة هي رفع المستوى البصري لصورة التلفزيون لتمكن التلميذ من الوصول إلى مستوى يقترب من العالم البصري القديم لحجرة الدراسة والمناهج المقررة، وهذا يستحق التجربة كحل مؤقت، ولكن التليفزيون عنصر واحد من عناصر الجو الإلكتروني المحيط الذي يعتمد على شبكة أو دائرة الكترونية جاءت مباشرة، بعد العالم الذي اعتمد على العجلة والصامولة والمسمار. لقد أصبح لزاما علينا أن نسهل انتقالنا من العالم البصري المجزأ، أي عالم المطبوع، حتى نصل إلى أسلوب للتعليم نستخدم فيه كل وسيلة حديثة متوافرة.

حاليا يسمح لشباب اليوم بادراك معالجة التراث التقليدي للبشرية من خلال باب الوعي التكنولوجي، فقد أغلق المجتمع هذا الباب الوحيد الممكن ذلك لأن المجتمع ينظر إلى الشاب من خلال مرآة تعكس الأشياء والخليقة (أي الماضي) يعيش الشباب اليوم بعمق في عالم خيالي أو سحري بينما يواجه – عندما يتعلم – ظروفا منظمة على أساس المعلومات المصنفة، أي الموضوعات غير المتصلة التي يتم إدراكها بصريا على أساس خطي. لا توجد أمام الطالب وسيلة للاشتراك ولا يستطيع أن يكتشف كيف تتصل المشاريع التعليمية بعالمه الخيالي الذي يتحرك فيه، وعلى المؤسسات التعليمية أن تدرك بسرعة أننا نعيش في حرب بين تلك الظروف المحيطة ووسائل الأعلام الأخرى، غير الكلمة المطبوعة، فالفصل الدراسي في كفاح مرير من اجل الحياة في العالم الخارجي الذي خلقته وسائل الأعلام الحديثة، ويجب أن ينتقل التعليم من التدريس، ومن فرض صور مطبوعة أو متماثلة على الطلبة إلى الكشف والاكتشاف والتعمق.

والوسيلة هي الرسالة، تعني بالإضافة إلى ذلك، أشياء أخرى فقول ماكلوهان يشير أيضا إلى أن لكل وسيلة جمهوراً من الناس الذين يفوق حبهم لهذه الوسيلة

اهتمامهم بمضمونها، بمعنى آخر التليفزيون كوسيلة هو محور لاهتمام كبير، فكما يحب الناس أن يقرءوا من اجل الاستمتاع بممارسة تجربة المطبوع، وكما يجد الكثيرون متعة في التحدث إلى أي شخص في التلفون، كذلك يحب البعض التليفزيون بسبب الشاشة التي تتحرك عليها الصور، والصوت.

علاوة على ذلك، (الرسالة) في الوسيلة هي تأثير الأشكال التي تظهر بها على المجتمع.الرسالة المطبوعة كانت كل جوانب الثقافة الغربية التي أثر عليها المطبوع، والرسالة في وسيلة السينما هي مرحلة الانتقال من الروابط السطرية إلى الأشكال، كذلك يقترح ماكلوهان أن بناء الوسيلة ذاتها مسئول عن نواحي القصور فيها ومسئول عن مقدرتها على إيصال المضمون، فهناك وسيلة أفضل من وسيلة أخرى في إثارة تجربة معينة، كرة القدم مثلاً،أفضل في التليفزيون منها في الراديو أو في عمود الجريدة، ومباراة كرة القدم الرديئة على شاشة التليفزيون أكثر إثارة من مباراة عظيمة تذاع بالراديو، ولكن على العكس من ذلك أغلب تحقيقات الهيئات النيابية، أقل إثارة للملل في الجريدة عنها في التليفزيون، ويبدو أن كل وسيلة بها (ميكانيزم) خاص بها يجعل بعض الموضوعات أفضل من موضوعات أخرى.

الوسائل الساخنة والوسائل الباردة :

وقد ابتكر ماكلوهان، في تعريفه لذلك (الميكرنيزم) اصطلاحات فئات (الساخن) و(البارد) ليصف في نفس الوقت بناء وسيلة الاتصال أو التجربة التي يتم نقلها ومدى تفاعلها، وما نطلق عليه كلمة (بارد) تستخدم عادة في وقتنا الحاضر لتعني الجدال الذي ينغمس فيه الناس بشدة، ومن ناحية أخرى (الاتجاه البارد (كان يعني الحياد الذي يميل إلى الابتعاد وعدم الاهتمام، كلمة (ساخن) أصبحت غير مستخدمة حينما طرأت تغيرات عميقة على طريقة النظر للأمور، ولكن التعبير الدارج (بارد) ينقل قدرا إلى جانب الفكرة القديمة (ساخن) فهو يشير إلى نوع من الالتزام والمساهمة في ظروف تتضمن قدرات الفرد كلها.

ماكلوهن لا يهاجم فقط السطرية، ولكن أيضا الطبيعة التجريدية للغة المطبوعة التي تعتبر من عناصر قوتها، وبدلاً من المقدرة على التجريد، يهتم بالمقدرة على التخيل التي تعتبر محور فكرته أو مفهومه، الذي يقتبس دائما حينما يفرق بين الوسائل (الساخنة) و(الباردة).. فالوسيلة (الساخنة) هي الوسيلة التي لا تحافظ على التوازن في استخدام الحواس أو الوسيلة التي تقدم المعنى، مصنوعاً جاهزاً إلى حد ما، مما يقلل احتياج الفرد للخيال لكي يكون صورة للواقع من العلاقات التي تقدم إليه،أما الوسيلة (الباردة) فهي الوسيلة التي تحتاج إلى أو تحافظ على التوازن بين الحواس، وتحتاج لقدر كبير من الخيال،ولكن حتى ماكلوهان نفسه لا يتسم بالثبات الكامل في تصنيفه لوسائل الأعلام تحت هاتين الفئتين، فهو يعتبر المطبوع والراديو من الوسائل (الساخنة)، التي تستخدم كل منهما حاسة واحدة، ولا تحتاج (في رأي ماكلوهان) إلا لقدر بسيط من الخيال، بينما يعتبر الفيلم الناطق والتليفزيون، من (الوسائل الباردة) التي تحتاج، كما يقول ماكلوهان، إلى أقصى درجة من الجهد الخيالي من جانب المتفرجين. والغريب في نتائج ماكلوهان المتصلة بالاحتياج للخيال أنه، لا يعتمد أساسا على الحاجة للتنظيم والتجريد من القدر الكبير من التجربة المحددة التي يقدمها التليفزيون، ولكنه يهتم أساسا بأسلوب الإدراك، بمعنى أن التليفزيون يقدم عددا كبيرا من نقاط الضوء الصغيرة التي يجب أن تنظمها الأنظمة العصبية والحسية المركزية، وتكون منها صورة للواقع .

بهذا المعنى يستطيع الفرد أن يعتبر الآلية الذاتية Automation باردة، في حين أن الأنواع الميكانيكية القديمة أو (الوظائف) المجزأة، ساخنة، والشخص التقليدي أو غير المتطور أو المحافظ ليس (بارداً) لأن قدراته لا تساهم بعمق .

الوسيلة الساخنة أو التجربة الساخنة، درجة وضوحها مرتفعة، High Definition أو هي أقرب للأشياء الطبيعية، فهي على درجة عالية من الفردية، كما أن بها قدرا كبيرا من المعلومات المطلوبة، ولا تحتاج إلى مساهمة كبيرة من جانب المتلقي، أما الوسيلة (الباردة) فدرجة وضوحها (منخفضة) والمعلومات التي

تنقلها أيضاً منخفضة، وتتطلب من جانب الجمهور مساهمة لتكملة التجربة. صورة للتليفزيون درجة وضوحها منخفضة، لذلك يضطر الفرد إلى المساهمة أو الاشتراك سيكولوجيا بدرجة كبيرة،أي يضطر المتفرج إلى أن يملأ المساحات التي يشاهدها بالعقل، كما يفعل بالكارتون، لهذا نجد متفرج التليفزيون أكثر اشتراكا في تكملة الصورة التي يقدمها التليفزيون منه في حالة الفيلم السينمائي، فهو مضطر لبذل مجهود، وهو يستعرض الصور بعينه ليكملها ويملأ نواحي النقص فيها.. يسمي ماكلوهان التليفزيون وسيلة (باردة) والصحافة وسيلة (ساخنة) بسبب المدى الذي تشترك به حواسنا في كل منها، (وتأثير كل وسيلة على بناء المجتمع يتوقف،إلى حد كبير، على درجة حرارتها) فإن الوسيلة الساخنة تسمح بمساهمة أقل من الوسيلة الباردة، فالمحاضرة مثلا تسمح بمساهمة أقل من الندوة (السمنار) والكتاب يحتاج إلى مساهمة أقل من الحوار، والكارتون وضوحه أو دقته (منخفضة) ذلك لأنه يقدم قدرا بسيطا من المعلومات...فهو بارد.

المطبوع وسيلة ساخنة، يفرض نمطه على الصفحة، يتكرر بلا نهاية، وهو يقوم على التجريد، ويحمل المطبوع الإنسان بعيدا عن العلاقات الوثيقة التقليدية المعقدة إلى أسلوب الحياة الحديثة، من القبلية إلى الأممية، ومن الإقطاع إلى الرأسمالية، ومن الحرفية إلى الإنتاج على نطاق واسع، ومن الحكمة إلى العلم، والمطبوع يقوم على تعدد الرسائل والأنماط بشكل لا نهائي.

نظرية فجوة المعرفة:

النشأة:

لقد ساد الاتجاه لفترات طويلة حول قدرات وسائل الإعلام على التأثير الرهيب على الأفراد، وظهرت نظريات كالرصاصة السحرية لتؤكد ذلك؛ إلا أن هذا الاتجاه خفت تدريجيا وظهر اتجاه أخر يرى بان لوسائل الإعلام تأثير معتدل مستدلين على ذلك بعدم وجود توازن في المعرفة المكتسبة بين مختلف شرائح الجمهور أفرادا وجماعات، وهناك أشكال تؤثر وسائل الإعلام عن طريقها في إيجاد

هذه الفجوة والإبقاء عليها ومنها: شكل الرسالة الإعلامية، ومستواها اللغوي، وتوقيت إذاعتها أو مكان نشرها، وقد أجرى هيمان وشيتسلي دراسة عام 1947م أكدت على أن وسائل الإعلام لا تنقل المعلومات لجميع فئات الجمهور بنفس الدرجة، بالرغم من كثافة التغطية، وتنوع المعلومات التي تقدم، وذلك كإشارة حول وجود فجوة في المعرفة بين أفراد الجمهور، ثم توالت الدراسات حيث أشار كل من ستار وهجز 1950م إلى أن الحملة للتعريف بالأمم المتحدة ذات تأثير ضئيل، حيث لم يتأثر مستوى معرفة الأفراد بعد الحملة عما قبلها.

وقد وضع تيتشنور وألين ودونوهيو عام 1970 فروض لنظرية فجوة المعرفة بناء على ما توصل إليه روبنسون عام 1970 من أن تدفق المعلومات يترتب عليه توسيع فجوة المعرفة بين الأشخاص حتى الأفضل تعليميا. الأمر الذي يوضح أن فكرة فجوة المعرفة قد نبعت من تفكير الباحثين في التأثيرات طويلة المدى لوسائل الإعلام.

المفهوم:

تعتمد هذه النظرية على الفرض التالي: "يؤدي تدفق المعلومات من وسائل الإعلام داخل النظام الاجتماعي إلى جعل فئات الجمهور ذو المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع يكتسبون هذه المعلومات بمعدلات أسرع من الفئات ذات المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض، وبالتالي تتجه فجوة المعرفة بين فئات الجمهور المختلفة إلى الزيادة بدلا من النقصان"، ويؤكد هذا الفرض على أن الفئات ذات المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض لا تظل فقيرة في المعلومات بوجه عام، ولكنها تكتسب معلومات أقل نسبيا من الفئات الأعلى في المستوى الاجتماعي الاقتصادي.

وقد أيدت بحوث عديدة صحة هذه الفرضية في الولايات المتحدة، وأوروبا، وأمريكا اللاتينية، والشرق الأوسط.. حيث أشارت إلى أن العوامل الاقتصادية والاجتماعية هي المحدد الأساسي لاكتساب الجمهور للمعرفة .

الأبعاد النظرية لبحث فجوة المعرفة:

هناك بعدان نظريان لبحث فجوة المعرفة هما:

- البعد الأول: المستوى المحدود أو الفردي: micro level يركز هذا البعد على أن الفرد يكتسب المعرفة نتيجة للتعرض لوسائل الإعلام مع الوضع في الاعتبار للمتغيرات الأخرى المرتبطة بالشخص، والتي تتضمن الفروق الفردية في القدرة المعرفية، ومهارات الاتصال، ومستويات الاهتمام وغيرها.

- البعد الثاني: المستوى الأوسع أو المجتمعي: macro level ويشمل البناء الاجتماعي والمتغيرات المتعلقة بالمجتمع في نطاق واسع، مثل نشر توزيع المعلومات، والنزاع الاجتماعي، والتكتل الاجتماعي، وسيطرة بعض المنظمات الإعلامية على المعلومات.

وقد أجريت بحوث عديدة على المستويين الفردي والمجتمعي لاختبار معدلات النمو المعرفي ومستويات المعرفة كمتغيرات تابعة، وركزت بحوث المستوى الفردي على التعليم كمتغير رئيسي للمستوى الاجتماعي الاقتصادي باعتباره يؤثر في معدلات اكتساب المعرفة، ويساعد على فهم المعلومات وتذكرها، واستخدام الخبرات والمعارف المختزنة بالذاكرة، في حين ركزت بحوث المستوى المجتمعي على عملية السيطرة على المعلومات وعلاقتها بالنظام الاجتماعي، وأساليب تدفق المعلومات على مستوى المجتمع.

التعليم وأثره في تكوين فجوة المعرفة:

ويرى تيتشنور وزملائه أن مجال ظهور الفجوات المعرفية هو الاهتمامات العامة مثل الشؤون العامة والأخبار العلمية، بينما تظهر هذه الفجوة بشكل أقل في

مجالات محدودة ذات العلاقة بالاهتمامات الخاصة مثل الرياضة أو رعاية الحدائق، حيث يختلف الناس في مستوى الاهتمامات وينعكس ذلك على التعرض للمعلومات، أما الفئة التي تجتمع في اهتمام خاص فانه سيكون لديهم نفس درجة اكتساب المعلومات الخاصة بهذا الاهتمام بصرف النظر عن الفوارق الاقتصادية أو التعليمية.

ويفترض تيتشنور وزملائه في نموذجهم لفجوة المعرفة أن التعليم يؤثر في معدلات اكتساب المعرفة من خلال تنمية مهارات الفهم والتذكر وقدرات الاتصال وتحقيق مستوى أعلى للمعرفة المختزنة، وهو ما أكدته دراسة "وايد وشرام " عام 1969م على أن التعليم يخلق استمرارية في قوة حفظ المعرفة، كما انه يسهم بدرجة كبيرة في تحديد قدرات الجمهور في الاستجابة للمعلومات الواردة من خلال وسائل الإعلام.

أسباب حدوث فجوة المعرفة:

يرى تيتشنور ودونوهي وأولين أن هناك خمسة أسباب لإمكانية حدوث الفجوة المعرفية هي:

1- تباين المهارات الاتصالية بين الطبقات، فغالبا ما يكون هناك تباين في التعليم، والتعليم يعد الفرد للعمليات المعرفية الأساسية مثل القراءة والحديث والتذكر.
2- تباين قدرة المعلومات المختزنة أو ما يسمى بالخلفية المعرفية السابقة، والطبقات الأعلى ربما تكون اكتسبت المعرفة حول موضوعات ما خلال مراحل التعليم، أو التعرض السابق للإعلام.
3- أهمية التواصل الاجتماعي لدى الطبقات الأعلى، وبالتالي نجدهم يشاركون غيرهم ممن يتعرضون إلى موضوعات الشؤون العامة أو الأخبار العلمية ويدخلون في مناقشات مع الآخرين حول مثل هذه الموضوعات.

4- تأثير آلية التعرض الانتقائي وكذلك الاهتمام والتذكر، فقد لا يوجد فعلا لدى الطبقات الأقل، معلومات حول الشؤون العامة، والأخبار العلمية – تتفق مع قيمهم واتجاهاتهم، وربما لا يهتمون فعلا بمعلومات معينة.

5- طبيعة نظام وسائل الإعلام نفسه والذي نلاحظ اتجاهه أكثر للطبقات الأعلى، كما أن الكثير من موضوعات الشؤون العامة والعلوم تظهر في الوسائل المطبوعة وهذه تناسب اهتمامات وتعرض الطبقات الأعلى، وبالرغم من تفسير بعض الباحثين لظاهرة فجوة المعرفة في إطار متغير التعليم باعتباره يعكس المستوى الاجتماعي الاقتصادي للفرد، فقد ذهب آخرون مثل أيتما وكلايسن 1977 إلى اعتبار متغير الاهتمام وليس متغير التعليم يحدث فجوة معرفية بين الأفراد المختلفين في مستوى الاهتمام أي الدافع لاكتساب المعلومات، وقد أيدت بعض الدراسات هذا الاتجاه، فقد قدم جينوفا وجرديتبرج 1979 متغير الاهتمام كبديل للتعليم في نظرية فجوة المعرفة، حيث أكدا انه على الرغم من اعتبار متغير التعليم مؤثرا إلا انه من غير الممكن اعتبار أن هناك اهتمامات متجانسة بين الأفراد الذين على المستوى التعليمي الواحد سواء كان مرتفعا أو منخفضا، وركزا على الاهتمام باعتباره عاملا رئيسيا في تقدير ظاهرة فجوة المعرفة.

الأساليب القياسية لاختبار نظرية فجوة المعرفة:

ويمكن قياس فروض فجوة المعرفة بأسلوبين هما:

الطريقة الأولى: بمرور الوقت Over Time أي أن معدلات اكتساب المعلومات عن الموضوعات التي يتم نشرها وإذاعتها يكون أسرع لدى قطاعات الجمهور الأعلى في المستوى الاجتماعي/ الاقتصادي وأبطأ لدى قطاعات الجمهور الأقل في المستوى الاجتماعي/ الاقتصادي.

الطريقة الثانية: في فترة محددة At a Given Point In Time وفي هذه الحالة يكون هناك ارتباط أعلى بين التعليم واكتساب المعرفة عن موضوع معلن عنه جيدا وأكثر من موضوع أقل في الدعاية.

فجوة المعرفة والحد الأقصى للتأثيرات:

في ظل النتائج المختلطة حول اتساع أو ضيق فجوة المعرفة بمرور الوقت Over Time بين الأفراد الأعلى والأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي، توصل ماكويل وونداهل إلى ما يسمى بالحد الأقصى للتأثيرات، عندما يصبح الأفراد الأكثر مقدرة على اكتساب المعرفة، أي الأعلى في المستوى الاجتماعي والاقتصادي، بمرور الوقت في حالة تشبع معرفي، أي ليس لديهم القدرة على اكتساب المزيد من المعلومات المتدفقة من وسائل الإعلام في حين تستمر الفئة الأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي في اكتساب المعرفة مع استمرار التغطية الإعلامية للموضوع، ما يمكنهم من اللحاق بالأفراد الأعلى.

العوامل المؤثرة في الفجوة المعرفية:

توصل بعض الباحثين من خلال سعيهم لتطوير فرض فجوة المعرفة إلى بعض العوامل التي قد تتسبب في توسيع أو تضييق الفجوة المعرفية ومن هذه العوامل الآتي:

1- نوع الموضوع:

حيث تشير الدراسات إلى أن فجوة المعرفة تعتمد على تعقد أو سهولة الموضوع، حيث تضيق الفجوة المعرفية في حالة الموضوعات المحلية وقد تنحسر تماما في حين تتسع في الأحداث القومية أو العالمية، ويفسر ذلك بالارتباط بين نوع الموضوع والاهتمام لدى الأفراد حيث يؤدي نوع الموضوع وارتباطه بحياة الناس إلى مزيد من الاهتمام يدفعهم إلى التماس المعلومات فتكون الفجوة المعرفية بالتالي أكثر ظهورا بين ذوي الاهتمام بالموضوع والأقل اهتماما به .

2- نوع الوسيلة:

أشارت بعض الدراسات إلى انه توجد اختلافات في قدرة كل وسيلة على نقل المعلومات ونشرها، فالصحف تعمل على توزيع الفجوات في حين أن التلفزيون

يقلل منها، حيث أشار تيتشنور Tichenor إلى أن نقل المعلومات من خلال الصحف يعمل على توسيع الفجوات المعرفية نظرا لأن الصحف هي الوسيلة المفضلة للأفراد ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع، في حين يلعب التلفزيون دورا في تضييق الفجوات المعرفية بين الأفراد.

3- مستوى المعرفة:

حاول بعض الباحثين تفسير حدوث فجوة المعرفة بعيدا عن المتغيرات المرتبطة بالجمهور مثل المستوى الاجتماعي الاقتصادي، وبعيدا عن نوع الوسيلة فاقترح البعض أسبابا تتعلق بنوع المعرفة التي يتم قياسها سواء كانت مجرد وعي بالحدث، أو معرفة متعمقة بالحدث. وتشير النتائج إلى اتساع فجوة المعرفة عندما يتم قياس المعرفة المتعمقة بموضوع معين والسؤال عن التفاصيل المرتبطة به، بينما تضيق الفجوة أو لا توجد أساسا إذا ما تم القياس بالنسبة للمعرفة العامة أو الوعي بالموضوع فقط.

4- وقت قياس المعرفة:

تشير جازيانو Gaziano إلى أن الأساليب المنهجية المتبعة في قياس المعرفة يمكن أن تؤثر في نتائج بحوث فجوة المعرفة، فدرجة فجوة المعرفة تختلف باختلاف وقت قياس فجوة المعرفة بعد التعرض لوسائل الإعلام، فكلما كان قياس المعرفة بعد التعرض مباشرة، كانت الفجوة المعرفية أقل، وكلما كان قياس المعرفة بعد فترة كبيرة من التعرض، تظهر الفجوات المعرفية أوسع بين الأفراد الذين ينتمون إلى مستويات اجتماعية اقتصادية مختلفة .

5- التأثير التكنولوجي على فجوة المعرفة:

تشير العديد من الدراسات التي حاولت اختبار فرض فجوة المعرفة إلى أن وسائل الاتصال الحديثة التي يستخدمها الأفراد بشكل فردي مثل الكمبيوتر، والانترنت، والقنوات الفضائية وغيرها، قد تؤدي إلى اتساع الفجوة المعرفية بين

الأفراد، فنحن نعيش اليوم في زمن تتغير فيه المعلومات بسرعة فائقة مما يتسبب في وصول فئات من المجتمع إلى المعلومات بعد أن تكون قديمة نسبيا وتكون فئات أخرى قد اكتسبت معلومات أجد، فانتشار وسائل الاتصال الحديثة يؤدي للانتشار غير المتساوي اجتماعيا للمعرفة.

الأبعاد المتعلقة بدراسة نظرية فجوة المعرفة:

تعتمد بحوث فجوة المعرفة على دراسة مجموعه من المتغيرات فيما يلي أهمها:

1- المستوى الاجتماعي الاقتصادي.

2- المستوى التعليمي.

3- درجة الاهتمام بالموضوع أو القضية المثارة.

4- حجم التعرض لوسائل الاتصال.

5- مدى الاستغراق في التعرض.

6- درجة الدافعية.

7- رصيد الخبرة الشخصية.

8- طبيعة الموضوع أو القضية.

9- كثافة التغطية الإعلامية.

10- المتغيرات الديموغرافية.

وسنتناول بعضا من هذه الأبعاد بشيء من التفصيل:

1- المستوى الاقتصادي الاجتماعي:

تقوم فروض نظرية فجوة المعرفة على أساس أن العوامل الاقتصادية والاجتماعية هي المحدد الرئيسي لقياس أثر تعرض الجمهور لرسائل الإعلام، وتوصلت معظم الدراسات إلى أن الأفراد ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المرتفع يكتسبون معرفة مرتفعة حول المضامين المقدمة من خلال وسائل الإعلام عن الأفراد ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المنخفض، وأن الفروق المعرفية

بين القطاعات الأعلى والأقل اجتماعيا واقتصاديا تزداد عندما تتـدفق المعلومـات أيضا.

2- التعليم:

أشارت جميع الدراسات التي اختبرت فروض فجوة المعرفـة إلـى وجـود ارتباط بين المعرفة ومتغيرات التعليم، من خلال اكتساب الأفـراد للمعرفـة مـن القصص الإخبارية المتعلقة بالقضايا المختلفة، ويؤثر فهم الأفراد للأخبـار نتيجـة اختلاف مستوياتهم التعليمية، ويلعب مستوى التعليم للأفراد دورا في نوع الوسـائل التي يتعرض لها الأفراد حيث يميل الأفراد ذات المسـتوى التعليمـي المـنخفض لمتابعة التلفاز بينما يميل الأفراد ذات المستوى التعليمي المرتفع لمتابعـة الجرائـد والمجلات، ومن خلال ما سبق يتبين لنا أن التعليم يعد متغيرا فعالا في التأثير على مستوى المعرفة.

3- الاهتمام:

توصل بعض الباحثين إلى أن اهتمامات الجمهور تعد عـاملا رئيسـيا فـي اكتسابه للمعرفة، حيث يرى جرابر أن الجمهور الأكثر اهتماما يكتسـب المعرفـة بشكل أفضل بغض النظر عن السمات الشخصية المرتبطة بـالفرد مثـل المعرفـة السابقة أو المستوى التعليمي فالاهتمام يعد عاملا مهما من بين العديد من العوامـل الشخصية والنفسية التي تؤثر في تعلم واكتساب المعلومات من وسائل الإعلام.

4- الاستغراق:

يعرف الباحثون الاستغراق بأنه إدراك المعلومات الذي يولد الانتباه، واستخدم مفهوم الاستغراق بكثافة منذ أكثر من خمسين عاما في بحوث الاتصال والتسـويق ورغم تعدد تعريفاته فقد وضع الباحثون تعريفا مشتركا له وهو أن الاستغراق يعني درجة من الأهمية أو الاهتمام التي يحدثها المنتج أو السلوك لدى العديد من الأفراد وقد أثبتت الأبحاث التي أجريت عن الاستجابة المعرفية للإقناع انه عنـدما يكـون

أفراد الجمهور أكثر استغراقا في موضوع ما، فإنهم يبذلون المجهود اللازم للفهم الجيد، وبالتالي فإنهم يكونون أكثر إدراكا للمعلومات وبشكل أعمق.

وتبنى باحثوا الاتصال وجهتي نظر مختلفتين لعملية الاستغراق، الأولى: مشتقة من بحوث الإقناع وهي أن الاستغراق هو الإحساس بالأهمية والصلة بموضوع معين أو شخص معين أو قضية، والثانية: مشتقة من بحوث الاتصال الجماهيري وترى أن الاستغراق عبارة عن مشاركة عاطفية، وعقلانية أثناء استقبال الرسالة الإعلامية، وتؤكد وجهتا النظر أهمية الاستغراق في النشاط المعرفي، وهناك نوعان من الاستغراق أثناء التعرض لوسائل الإعلام وهما الاستغراق المعرفي، والاستغراق العاطفي وذلك كالتالي:

- الاستغراق المعرفي:

حيث يعد الاستغراق المعرفي مشاركة نشطة في عملية تمثيل للمعلومات ويتضح الاستغراق المعرفي في العمليات العقلية، مثل الانتباه والإدراك والتوسع المعرفي.

- الاستغراق العاطفي:

وهو ردود فعل عاطفية نحو محتوى وسائل الإعلام مثل التأثيرات العاطفية للمسلسلات الدرامية، والتي تتراوح بين شدة الكراهية، والاستفزاز، والتصفيق والهتافات.

5- المتغيرات الديموجرافية:

وتشمل كلا من العمر، والنوع، وقد اختبرت العديد من الدراسات متغيرات العمر والنوع على اعتبار أنهما محدودان مؤثران في مستوى المعرفة.

6- الدوافع:

حيث أكد إتيما وكلاين، أن الفروق بين الأفراد في المستوى الاجتماعي الاقتصادي والتعليم ليست هي الأسباب للفجوات المعرفية بل أن الفروق بينهم في قوة الدافع أو الحافز لاكتساب المعلومات تعد من الركائز الأساسية، فكلما زادت درجة الدوافع مثل الحافز – الاهتمام- استفادت المجموعات بشكل أكثر تكافؤا وتعادل من تدفق المعلومات داخل النظام الاجتماعي.

7- الخبرة:

أكدت جرابر أن الخبرة تعد متغيرا مهما يرتبط بالمعرفة، وقالت انه إذا أراد الفرد ترتيب مصداقية المصادر المختلفة فان الخبرة الشخصية سوف ترتفع إلى القمة، ويمكن أن يتبعها المصادر الشخصية والقصص الإخبارية، وفرق الباحثون بين الخبرة الإعلامية وبين الخبرة الشخصية وعرفوا الخبرة الإعلامية بأنها عبارة عن أعلى مستوى للتعرض والانتباه لوسائل الإعلام.

المصادر والمراجع

المصادر العربية:

1. المزاهرة, منال هلال (2012) نظريات الاتصال. عمان– دار المسيرة.
2. مراد, كامل خورشيد (2014) التصال الجماهيري, التطور– الخصائص– النظريات.عمان–دار المسيرة.
3. عليان, ربحي مصطفى والدبس, محمد عبد (1999) وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم. عمان–دار صفاء.
4. العلاق, بشير(2010) نظريات الاتصال. مدخل متكامل. عمان– دار اليازوري.
5. الموسوي, محمد جاسم فلحي (2013) نظريات الاتصال والاعلام الجماهيري. الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك.
6. العقاد, ليلى (2000) مدخل الى نظريات الاتصال ووسائله– منشورات جامعة دمشق.
7. الموسى, عصام سليمان (2009) المدخل في الاتصال الجماهيري. عمان – دار اثراء.
8. مكاوي, عماد حسن والعبد, عاطف علي(2007) نظريات الاعلام. القاهرة– مركز بحوث الاعلام – جامعة القاهرة.
9. المشاقبة, بسام عبد الرحمن (2011) نظريات الاتصال. عمان– دار اسامة.
10. ابو اصبع, صالح (2010) الاتصال الجماهيري. عمان –دار البركة.

المصادر الاجنبية:

1. Pearce 2009, p. 624.
2. Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). "Living with television: The dynamics of the cultivation process" in J. Bryant & D. Zillman (Eds.), Perspectives on media effects (pp. 17–40) Hilldale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
3. McCombs, Maxwell E.; Donald L. Shaw (1972). "The Agenda-Setting Function of Mass Media". Public Opinion Quarterly 36 (2): 176.
4. Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence: a theory of public opinion. Journal of Communication, 24, 43-51.
5. Postman, Neil. "The Humanism of Media Ecology". Retrieved 9 November 2012.
6. McLuhan, M.; Fiore Q.; Agel J. (1996). The medium is the massage: an inventory of effects. San Francisco: HardWired. ISBN 978-1-888869-02-6.
7. Babbie, E. (2007). The practice of social research. Thomas Higher Education: Belmont, California. ISBN 0-495-09325-4.
8. Pearce, K.J. (2009). Media and Mass Communication Theories. In *Encyclopedia of Communication Theory* (p. 624-628). SAGE Publications.
9. Hartley, J.: "Mass communication", in O'Sullivan; Fiske (eds): *Key Concepts in Communication and Cultural Studies* (Routledge, 1997).
10. Mackay, H.; O'Sullivan T.: *The Media Reader: Continuity and Transformation* (Sage, 1999).
11. McQuail, D.: *McQuail's Mass Communication Theory (fifth edition)* (Sage, 2005). *Thompson, John B.: *The Media and Modernity* (Polity, 1995).
12. Griffin, E. (2009). A first look at communication theory. McGraw Hill: New York, NY. ISBN 978-0-07-338502-0.
13. Babbie, E. (2007). The practice of social research. Thomas Higher Education: Belmont, California. ISBN 0-495-09325.



[illegible]

[illegible] 573108 [illegible] 96566228584

[illegible] 366 [illegible] 11941 [illegible]

E-mail: [illegible]

E-mail:Daralhamed@yahoo.com



دار الحامد للنشر والتوزيع
الأردن - عمان
هاتف: 5231081 فاكس: 96265235594+
ص.ب 366 الرمز 11941 الأردن
E-mail: dar_alhamed@hotmail.com
E-mail: Daralhamed@yahoo.com

الإتصال

المهارات والنظريات وأسس عامة









دار الحامد للنشر والتوزيع

الأردن - عمان

هاتف: 5231081 فاكس: +96265235594

ص.ب:366 عمان 11941 الأردن

E-mail:dar_alhamed@hotmail.com

E-mail:Daralhamed@yahoo.com